ABSTRAK

Mei Lie Monoarfa / 73150423 / 2019 / Pengaruh Persepsi Harga dan Kemudahan Penggunaan Go-Pay terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Kologada Coffee Sunter Jakarta Utara / Dr. Abdullah Rakhman.

Perkembangan dunia Coffee Shop kini makin kreatif dan inovatif. Dalam beberapa tahun belakangan ini, minuman kopi susu gula aren memang masih *trend* hingga saat ini, juga pembayaran digital makin berkembang. Berbagai coffee shop sering dijumpai dan mudah untuk ditemukan di jalanan, ataupun mall. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Harga Produk dan Kemudahan Transaksi Pembayaran Menggunakan Go-Pay terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Kologada Coffee Sunter Jakarta Utara.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga, kemudahan transaksi, dan keputusan pembelian. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independent dalam penelitian ini adalah harga produk dan kemudahan transaksi, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian

Objek penelitian ini adalah Kologada Coffee di Sunter Jakarta Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 sampel pelanggan penikmat kopi Kologada Coffee di Sunter Jakarta Utara. Penarikan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dengan *teknik judgement sampling* dan model regresi berganda.

Harga dan Kemudahan penggunaan masing – masing memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Penelitian menunjukkan bahwa responden menilai harga produk dan kemudahan transaksi sudah baik, dan juga keputusan pembeliannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga produk dan kemudahan transaksi terbukti berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian pelanggan Kologada Coffee di Sunter Jakarta Utara.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa harga dan kemudahan penggunaan pembayaran Go-pay berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kemudahan Pengguna, Keputusan Pembelian.

*ABSTRACT*

*Mei Lie Monoarfa / 73150423 / 2019 / Price Perception and Easy of Use Go-pay on Purchase Decisions of Coffee Beverage at Kologada Coffee Sunter Jakarta Utara / Advisor: Dr. Abdullah Rakhman,*

*The development of the world of world of Coffee Shop is now increasingly creative and innovative. In recent years, palm sugar coffee drinks are still a trends, as well as digital payments are growing. Various coffee shops are often found and easily found on the streets, or malls. Therefore, researchers are interested in conducting research entitled product effect and easy of payment product effect and easy of payment transactions using go-pay against coffee beverage purchase decisions at Kologad Coffee Sunter, North Jakarta.*

*The theories used in this study are product prices, transactions, and purchasing decisions. The variables in this study are divided into two types, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variable in this study is the product price an dpurchase transaction, while the dependent variable in this study is a purchasing decision.*

*The object of this research is Kologada Coffee in Sunter, North Jakarta. The method used in in this study is classical testing and multiple regression analysis. Data collection is done by collecting questionnaires to 100 samples of Kologada Coffee connoisseurs customers in Sunter, North Jakarta. Sampling is done by Non-Probability sampling with judgement sampling technique.*

*Product prices and the ease of each transaction has a significant and significant influence on the purchase decision. The study chose respondents to assess the price of the product and the completion of the transaction was good, ans also the purchase decision. The results of the study show the price of the product and prove the transaction proved positive for the purchasing decisions of Kologada Coffee customers in Sunter North Jakarta.*

*This study concludes the price of the product and uses positive Go-pay transactions on purchasing decisions.*

*Keywords: Price Perception, Ease of Use, Purchase Decisions.*