

ABSTRAK

Maraknya bisnis *Coffee shop* menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Masing-masing berusaha menyediakan fasilitas yang lebih baik. Kedai kopi atau kafe di Indonesia, dewasa ini telah mengubah cara masyarakat Indonesia dalam minum kopi dari sekadar rutinitas harian dalam rumah tangga dan menjamu tamu, menjadi bisnis modern. Pada Desember 2021 sampai dengan Februari 2022 terjadi penurunan pendapatan secara signifikan pada UP'S *Coffee & Eatery*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Perceived Quality dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada UP'S *Coffee & Eatery*. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan yang pernah mengunjungi UP'S *Café*.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan pengambilan sampel menggunakan metode dengan jumlah sampel sebanyak 100 pengunjung ups *cafee*. teknik analisis yang digunakan merupakan analisis deskriptif dan analisis linier berganda.

Berdasarkan hasil uji f variabel Perceived Quality dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dibuktikan dengan $F_{hitung} 9.052 > F_{tabel} 3.09$. berdasarkan hasil uji t didapat bahwa Perceived Quality dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada UP'S *Café*. Sedangkan berdasarkan hasil koefisien determinasi menyatakan bahwa Perceived Quality dan Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 94% sedangkan sisanya 6% dipengaruhi oleh faktor lain dari penelitian ini

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tanggapan konsumen UP'S *Café* terhadap variabel Perceived Quality dan Harga memiliki persentasi yang baik. saran untuk UP'S *Café* agar meningkatkan Perceived Quality dan menyesuaikan Harga agar dapat meningkatkan Keputusan Pembelian pada UP'S *Coffee & Eatery*

Kata Kunci: *Perceived Quality, Harga, Dan Keputusan Pembelian.*