

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI KEUNGGULAN
BERSAING**

(STUDY PADA CAFE MAGNOLIA JOMBANG)

ABSTRAK

Oleh

Rizka Tri Wahyuni

Dosen Pembimbing

Dr. Abdul Rohim, S.E., M.Si

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan jumlah penjualan pada Cafe Magnolia Jombang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh keunggulan bersaing. Sampel penelitian ini adalah konsumen Cafe Magnolia Jombang yang berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*. Instrumen penelitian ini menggunakan angket dan dianalisis menggunakan analisis SEM dengan alat *Warp PLS 6.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan keputusan pembelian dapat disebabkan oleh harga yang kompetitif. Harga kompetitif juga menjadikan keunggulan bersaing. Begitu juga keunggulan bersaing dapat meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas layanan yang baik akan menjadikan suatu keunggulan bersaing. Kualitas layanan yang baik juga dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian. Keunggulan bersaing secara parsial memediasi hubungan harga terhadap keputusan pembelian. Begitu juga keunggulan bersaing secara parsial memediasi hubungan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi usaha kuliner dalam membuat strategi yang dapat digunakan sebagai pengembangan usaha kuliner, khususnya Cafe.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Layanan, Keunggulan Bersaing, Keputusan Pembelian.

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI KEUNGGULAN
BERSAING**

(STUDY PADA CAFE MAGNOLIA JOMBANG)

ABSTRACT

by

Rizka Tri Wahyuni

Supervisor

Dr. Abdul Rohim, S.E., M.Si

This study was motivated by a decrease in the number of sales at Jombang Magnolia Cafe. The research objective is to determine the effect of price and service quality on purchasing decisions mediated by competitive advantage. The sample of this study was the respectable consumers of Cafe Magnolia Jombang with 100 respondent using the Nonprobability Sampling technique. The instrument of this study used questionnaires and analysis using SEM with the Warp PLS 6.0 tool. The results of this study indicate that higher decisions can be caused by competitive prices. Competitive prices also make competitive advantage. Likewise, competitive advantage can increase the results of purchases. Good service quality will produce competitive advantage. Good service quality can also encourage purchasing decisions. Competitive advantage partially mediates the relationship of prices to purchasing decisions. Likewise, competitive advantage partially mediates the relationship of service quality to purchasing decisions. This research will provide information for experts in making strategies that can be used as a culinary business development, especially Cafe.

Keywords: Price, Service Quality, Competitive Advantage, Purchase Decision.