

**PRICE, PRODUCT QUALITY, AND SERVICE QUALITY
EFFECTS TOWARDS BUYING INTENSIONS AT STARBUCKS
MARGO CITY**

By Nurfitriani

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the impacts of Price, Product Quality, and Service Quality Effects Towards Buying Intensions at Starbucks Margo City. The population of this research are the visitors of Margo City Mall.. Size of the sample taken 75 respondents, with probability sampling especially multistage random sampling method. Data were collected by questionnaires. Analysis technic were used is PLS (Partial least Square) analysis method. The results of the research shows that (1), prices have a significant effect on buying intension with a path coefficient of 0.372 (2), service quality has a significant effect on buying intension with a path coefficient of 0.365. (3) product quality doesn't have a significant effect on buying intension with a path coefficient of 0,161.

Keywords: Price, Advertising Creativity, and Buying Decisions.

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN DI STARBUCKS MARGO CITY

Oleh Nurfitriani

Abstrak

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap minat beli konsumen di Starbucks Margo City. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Mall Margo City. Ukuran sampel yang diambil berjumlah 75 orang responden, dengan metode probability sampling khususnya multistage random sampling. Data yang dikumpulkan dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (Partial Least Square). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan koefisien jalur sebesar 0,372. (2) kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,365. (3) kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan koefisien jalur sebesar 0,191.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Minat Beli