ABSTRAK

Lela Nurlaelani, 1002153 "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Che.co Café & Resto Jatinangor"(Survei Terhadap Konsumen Che.co Café & Resto). Skripsi 2014, dibawah bimbingan Rini Andari, S.Pd, SE,Par.MM dan Oce Ridwanudin, SE., MM

Pada hakikatnya berpariwisata adalah suatu proses bepergian sementara dari seseorang atau lebih untuk menuju tempat lain atau diluar tempat tinggalnya. pariwisata khususnya perhotelan dan restoran merupakan bagian yang sangat penting dalam dunia pariwisata. Banyaknya potensi restoran, rumah makan dan juga café yang menawarkan aneka ragam makanan dan minuman menjadi salah satu faktor pendorong wisatawan untuk datang berwisata. Che.co Café & Resto salah satu restoran yang saat ini banyak diminati oleh para konsumen, kualitas pelayanan dan kualitas produk adalah salah satu cara untuk meningkatkan tingkat pembelian di sebuah restoran. Dalam penelitian, variabel bebas (X) yang digunakan adalah Kualitas Pelayanan (X_1) yang terdiri dari *Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance.* Dan Kualitas Produk (X_2) yang terdiri dari Penampilan, rasa, aroma, tekstur, tingkat kematangan, bentuk, porsi, warna. Variabel terikat (Y) Keputusan Pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah survey dengan tekhnik *survey explanatory,* maka seluruh populasi yang dijadikan sampel sebesar 100 responden. Tekhnik analisis dan uji hipotesis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Che.co Café & Resto. Berdasarkan hasil olah data, didapatkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,358 sedangkan kualitas produk berpengaruh lebih rendah yaitu sebesar 0,088 terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian