

**ANALISIS PENGARUH 7P TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN ANGKA *COFFESHOP*
SEMARANG**

**Ditujukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik
Soegijapranata**



Vincentius Maydevan Finishstrata

17.d1.0198

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
TAHUN 2023/2024**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Angka *Coffeeshop* Semarang.

Penelitian menggunakan metode kuesioner dengan instrumen angket. Nilai validitas 0,195 dan reliabilitasnya sebesar 0,60. Subjek penelitian yang digunakan adalah konsumen Angka *Coffeeshop* Semarang yang berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 22. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa produk, harga dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Angka *Coffeeshop* Semarang.

Kata Kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, Bukti fisik dan keputusan Pembelian.