

ABSTRAK

Novita Widiawati. NIM 3402180145. Pengaruh *Unique Selling Proposition* dan Kualitas Pelayanan terhadap *Purchase Intention* (Suatu Studi pada Kedai Kopi Biji Ciamis). Dibawah bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, S.E.,M.M, (Pembimbing I) dan Ibu Risna Kartika, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *unique selling proposition* dan kualitas pelayanan terhadap *purchase intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis). Permasalahan yang terjadi pada penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana pengaruh *unique selling proposition* terhadap *purchase intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis?; 2) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap *purchase intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis?; 3) Bagaimana pengaruh *unique selling proposition* dan kualitas pelayanan terhadap *purchase intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh *unique selling proposition* terhadap *purchase intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis; 2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap *purchase intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis; 3) Pengaruh *unique selling proposition* dan kualitas pelayanan terhadap *purchase intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif sedangkan untuk teknik pengambilan *sample* dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Untuk metode menganalisis data menggunakan metode statistik yaitu dengan analisis regresi sederhana yang meliputi koefisien korelasi sederhana, koefisien determinasi, regresi linier sederhana dan regresi berganda meliputi koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi, regresi linier berganda dan pengujian hipotesis (uji t dan uji F). Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: 1) *Unique selling proposition* berpengaruh terhadap *purchase intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis, dengan demikian hipotesis diterima dan teruji kebenarannya artinya semakin baik *unique selling proposition* maka *purchase intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis akan meningkat, begitu pula sebaliknya; 2) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *purchase intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis, dengan demikian hipotesis diterima dan teruji kebenarannya artinya semakin baik kualitas pelayanan maka *purchase intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis akan meningkat, begitu pula sebaliknya; 3) *Unique selling proposition* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *purchase intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis, dengan demikian hipotesis diterima dan teruji kebenarannya artinya semakin baik *unique selling proposition* dan kualitas pelayanan maka *purchase intention* pada Kedai Kopi Biji Ciamis akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

Kata Kunci: *Unique Selling Proposition*, **Kualitas Pelayanan dan *Purchase Intention***