

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana kualitas layanan, lokasi, persepsi harga, dan kualitas produk berdampak pada keputusan pelanggan untuk membeli sesuatu (Studi pada pelanggan Mazio Coffee & Bistro Pati). Populasi penelitian ini adalah konsumen Mazio Coffee & Bistro Pati. Pada penelitian ini, 100 responden diambil sebagai sampel menggunakan teknik pengumpulan data sampel berdasarkan kriteria tertentu, yang dikenal sebagai *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu kuesioner. Uji validitas dengan faktor penambahan, uji reliabilitas dengan alpha Cronbach, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk analisis penelitian ini. Regresi Linear berganda, dan uji hipotesis. Penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi, kualitas layanan, dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian. Namun, persepsi harga tidak memengaruhi keputusan pembelian.

**Kata kunci : Kualitas Layanan, Produk, Persepsi Harga, lokasi, Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to study how service quality, location, price perception, and product quality influence customers' decisions to buy something (Study on Mazio Coffee & Bistro Pati customers). The population of this research is consumers of Mazio Coffee & Bistro Pati. In this study, 100 respondents were taken as samples using a sample data collection technique based on certain criteria, known as purposive sampling. This study used primary data, namely questionnaires. Validity tests with addition factors, reliability tests with Cronbach alpha, F tests, and coefficients of determination (R<sup>2</sup>) were used for the analysis of this study. Multiple Linear Regression, and hypothesis tests. This research shows that location, service quality, and product quality influence purchasing decisions. However, price perception does not influence purchasing decisions.*

**Keywords:** *Service Quality, Product, Perceived Price, Location, Purchase Decision.*