

## ABSTRAK

**ULFATUN MUTMAINAH. 2026. Pengaruh Selera Konsumen, Cita Rasa, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Fore Coffee Alauddin. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Agus Salim dan Nurinaya**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh selera konsumen, cita rasa, dan harga terhadap keputusan pembelian di Fore Coffee Alauddin. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Fore Coffee Alauddin yang pernah melakukan pembelian produk Fore Coffee di gerai Fore Coffee Alauddin. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 orang. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *purposive sampling*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu sumber data yang diperoleh dari hasil observasi dan kuesioner dan sumber data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi atau studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi *Statistical Package For The Social Science* (SPSS) Versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Selera Konsumen (X1), Cita Rasa (X2), dan Harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Fore Coffee Alauddin baik secara parsial (sendiri-sendiri) maupun simultan (bersama-sama).

**Kata Kunci** : Selera Konsumen, Cita Rasa, Harga, Keputusan Pembelian