

ABSTRAK

Hasan Al Asyhari (1188020076): “Pengaruh *Price Bundling* dan *Physical Evidence* terhadap *Decision Making* Konsumen pada Outlet Rotikupi Sindanglaya Kota Bandung (Studi pada Mahasiswa FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Konsumen Produk Rotikupi)

Persaingan perusahaan *Food and Beverage* dalam bisnis makanan saat ini begitu ketat sehingga para perusahaan harus memikirkan strategi dan upaya yang tepat dalam meningkatkan *decision making*. Melalui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat *decision making*, Faktor yang dimaksud dapat berupa *price bundling* dan *physical evidence* pada suatu perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial maupun secara simultan dari *Price Bundling* (Stremersch dan Tellis, 2002) dan *Physical Evidence* (Zeithaml dan Bitner, 2006) terhadap *Decision Making* terhadap Rotikupi Sindanglaya kota Bandung (Schifman dan Kanuk, 2010) pada mahasiswa angkatan 2018-2022 FEBI UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Penelitian ini dilakukan di UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan menggunakan metode deskriptif verifikatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan secara online dengan media *Google Form*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa angkatan 2018-2022. Variabel yang digunakan adalah *Price Bundling* (X1), *Price Bundling* (X2) dan *Decision Making* (Y). Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji-t (Parsial), Uji-f (Simultan), serta Uji koefisien Determinasi diolah menggunakan program software SPSS Versi 26.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa (1) *Price Bundling* (X1) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Decision Making* (Y), (2) *Physical Evidence* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Decision Making*, (3) *Price Bundling* dan *Physical Evidence* berpengaruh dan signifikan terhadap *Decision Making* dan hubungan yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang kuat yaitu 50,6%.

Kata Kunci: *Price Bundling*, *Physical Evidence*, *Decision Making*