

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bu Muchayyaroh Kudu Jombang

Unik Nufiqo Hidayati

Fakultas Ekonomi Universitas Darul Ulum
NIM. 212361201101

Dosen Pembimbing :

1. Dra. Aslichah, M.Si.
2. Dr. Henny Dwijayani, SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Bu Muchayyaroh Kudu Jombang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner. Variabel terikat penelitian ini adalah variabel keputusan pembelian, sedangkan variabel bebas dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga, dan promosi. Dari penelitian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan T hitung lebih besar dari T tabel ($5,559 > 2,021$) dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan T hitung lebih besar dari T tabel ($5,437 > 2,021$) dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan T hitung lebih besar dari T tabel ($5,497 > 2,021$). Sedangkan hasil dari uji simultan variabel kualitas pelayanan, harga, dan promosi memiliki pengaruh F hitung lebih besar dari F tabel ($235,215 > 3,259$) terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin baik dalam memberikan kualitas pelayanan, menentukan harga dan strategi promosi yang tepat, maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan meningkat pada produk Bu Muchayyaroh Kudu Jombang.

Kunci : kualitas pelayanan, harga, promosi, keputusan pembelian.

ABSTRACT

The Effect of Service Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions for Mrs. Muchayyaroh Kudu Jombang Products.

Unik Nufiqo Hidayati

Faculty of Economics Darul 'Ulum University

NIM. 212361201101

Supervisor :

1. Dra. Aslichah, M.Si.
2. Dr. Henny Dwijayani, SE., M.Si

This study aims to determine the influence of service quality, price, and promotion on purchasing decisions for Bu Muchayyaroh Kudu Jombang products. The research method used is a quantitative method. This study employs nonprobability sampling. The sample in this study consists of 40 respondents. The data collection instrument uses a questionnaire. The dependent variable of this study is the purchasing decision variable, while the independent variables are service quality, price, and promotion. The research findings show that service quality influences purchasing decisions, as evidenced by the calculated T-value being greater than the T-table value ($5.559 > 2.021$). Price influences purchasing decisions, as evidenced by the calculated T-value being greater than the T-table value ($5.437 > 2.021$). Promotion influences purchasing decisions, as evidenced by the calculated T-value being greater than the T-table value ($5.497 > 2.021$). The results of the simultaneous test show that the variables of service quality, price, and promotion have an influence with the calculated F-value being greater than the F-table value ($235.215 > 3.259$) on purchasing decisions. This indicates that the better the service quality provided, the more appropriate the price determination and promotion strategy, the higher the level of consumer purchasing decisions will be for Bu Muchayyaroh Kudu Jombang products.

Keywords: service quality, price, promotion, purchasing decisions.