

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Prastya Copier. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Prastya Copier. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampling jenuh, yaitu pengambilan sampel dengan menggunakan seluruh populasi karena jumlah populasi relatif kecil. Jumlah sampel yang digunakan sejumlah 42 responden yang telah melakukan pembelian di Prastya Copier. Dalam melakukan proses data, penelitian ini menggunakan program SPSS 21. Penelitian ini menggunakan analisa regresi linier berganda. Analisa ini digunakan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.

Penelitian ini menemukan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi variabel Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan. Berdasarkan hasil analisa regresi linier berganda yaitu secara simultan menunjukkan bahwa variabel bebas Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian, dibuktikan dengan nilai F hitung $88,713 > F$ tabel $2,845$. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan nilai t hitung $3,439 > t$ tabel $2,024$. Variabel Harga secara parsial menunjukkan bahwa tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dibuktikan dengan nilai t hitung $-0,266 < t$ tabel $2,024$. Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial menunjukkan bahwa memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dibuktikan dengan nilai t hitung $3,701 > t$ tabel $2,024$.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of promotion, price, and service quality on purchasing decisions at Prastya Copier. The population in this study were all Prastya Copier consumers. The sampling technique used was saturated sampling technique, namely sampling using the entire population because the population was relatively small. The number of samples used was 42 respondents who had made purchases at Prastya Copier. In processing the data, this study uses the SPSS 21 program. This study uses multiple linear regression analysis. This analysis is used to examine the relationship between two or more independent variables and the dependent variable.

This study found that purchasing decisions are influenced by the Promotion, Price, and Service Quality variables. Based on the results of multiple linear regression analysis, which simultaneously shows that the independent variables Promotion, Price, and Service Quality have a significant influence on the dependent variable of Purchasing Decisions, as evidenced by the F count $88.713 > F$ table 2.845. Partially shows that the Promotion variable has a significant influence on purchasing decisions, as evidenced by the t value of $3.439 > t$ table 2.024. The price variable partially shows that it does not have a significant effect on purchasing decisions, as evidenced by the value of t count $-0.266 < t$ table 2.024. Service Quality variable partially shows that it has a significant influence on purchasing decisions, as evidenced by the t value of $3.701 > t$ table 2.024.

Keywords: Promotion, Price, Service Quality, Purchase Decision.