

## ABSTRAK

Setiap perusahaan pada umumnya menginginkan keberhasilan dalam menjalani bisnisnya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan salah satunya melalui kegiatan pemasaran. Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Penelitian ini menganalisis pengaruh merek, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian alat tulis kantor pada CV.Putra Ragil Persada. Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif (*causal comparative research*) dengan sampel 100 konsumen yang pernah membeli produk dari CV.Putra Ragil Persada yaitu. Data yang didapatkan lalu diuji dengan teknik analisis regresi linier berganda dan software SPSS versi 24. Hasil analisis data membuktikan bahwa (1) Hasil pengujian secara simultan membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara merek, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ( $p > 0,05$ ); (2) Hasil uji variabel merek ( $X_1$ ) dapat dilihat dari hasil perhitungan SPSS diperoleh berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $p > 0,05$ ); (3) Hasil uji variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $p > 0,05$ ) berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima; (4) Hasil uji variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $p > 0,05$ ); (4) variabel harga ( $X_2$ ) mempunyai nilai  $\beta$  beta sebesar 0,526 pengaruh dominan terhadap variabel keputusan pembelian adalah variabel harga ( $X_2$ ).

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

## **ABSTRACT**

Every company in general wants success in doing business. One of the efforts to achieve the goals set by the company is through marketing activities. Companies that apply marketing concepts need to pay close attention to consumer behavior and the factors that influence purchasing decisions in marketing efforts for a product that is carried out. This study analyzes the influence of brand, price and service quality on purchasing decisions of office stationery on CV.Putra Ragil Persada. This research is a causal comparative research (causal comparative research) with a sample of 100 consumers who have purchased products from CV.Putra Ragil Persada viz. The data obtained were then tested using multiple linear regression analysis techniques and SPSS software version 24. The results of data analysis prove that (1) The results of simultaneous testing prove that there is an influence between brand, price and service quality on purchasing decisions, with a significant value of 0,000 ( $p > 0.05$ ); (2) The results of the brand variable test (X1) can be seen from the SPSS calculation results obtained partial effect on purchasing decisions with a significance level of 0,000 ( $p > 0.05$ ); (3) The price variable test result (X2) partially influences the purchase decision with a significance level of 0,000 ( $p > 0.05$ ) means that  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted; (4) The test results of the service quality variable (X3) partially influences the purchase decision with a significance level of 0,000 ( $p > 0.05$ ); (4) the price variable (X2) has a beta value of 0.526, the dominant influence on the purchase decision variable is a variable price (X2).

Keywords: Brand, Price, Service Quality, Purchasing Decision