

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Variabel penelitian yaitu Kualitas Pelayanan (X1), harga (X2) Promosi (X3) dan Keputusan Pembelian (Y). Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuesioner, dengan sampel 100 responden pada konsumen Lapis Minang Nantigo di Kota Padang. Metode Analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis korelasi, analisis regresi berganda, untuk uji hipotesis digunakan yaitu uji t dan uji F. Hasil penelitian ini berdasarkan uji parsial (Uji t) dan simultan (Uji F) diperoleh: (a) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (b) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (c) Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (d) Secara bersama-sama Kualitas Pelayanan, harga dan promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Akhirnya penulis menyarankan kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian meningkat maka kepada pihak Lapis Minang Nantigo harus meningkatkan promosi, kualitas pelayanan dan menurunkan harga.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, harga, promosi, keputusan pembelian