

ABSTRAK

Yogi Franstya, 13101155310524, Management (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penjualan Pakaian Awak Distro dibawah bimbingan Ibuk Dr. Ir. Zefri Yeni, MM dan Bapak Emil Salim, SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penjualan Pakaian Awak Distro. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisioner, dengan sampel 100 responden pembeli pada awak distro padang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh : (a) terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. (b)Terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian (c) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap Keputusan. Kemudian berdasarkan uji hipotesis secara simultan (Uji F) dapat diketahui terdapat pengaruh secara signifikan variabel Kualitas Pelayanan, harga dan promosi secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian.

Maka penulis berkesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap Meningkatkan Keputusan Pembelian. Dan berdasarkan uji koefisien Determinasi (R^2) nilainya menunjukkan bahwa besarnya persentase kontribusi variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Kepercayaan secara simultan dan parsial terhadap Meningkatkan Keputusan Pembelian Mobil adalah sebesar sebesar 63,2% sedangkan 36,8% dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian ini.

Akhirnya penulis menyarankan kepada pemilik toko Awak Distro yang diteliti untuk dapat memperhatikan Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terbukti memberikan pengaruh yang besar terhadap Keputusan Pembelian tanpa mengabaikan variabel lain yang tidak diteliti.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh **Kusuma (2016)**, **Achidah (2016)**, **Yuniarti (2016)** yaitu bagaimana pengaruh variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap Meningkatkan Keputusan Pembelian

Kata kunci :Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Keputusan Pembelian

