

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Jasa *Wedding Organizer* “Anggresia Griya Paes” Blitar Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” ini ditulis oleh Noverina Melya Rakhmayanti, NIM 12405173031 pembimbing Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Proses pemasaran itu terjadi atau dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi. Keputusan didalamnya itu harus dibuat untuk menentukan produk serta pasarnya, penentuan harga, dan kegiatan promosi. Agar tujuan perusahaan dapat tercapai perusahaan harus dapat mengetahui apa keinginan dan kebutuhan para konsumen. Berbicara mengenai tujuan suatu perusahaan, lokasi menjadi salah satu pertimbangan yang ikut menentukan tercapainya suatu tujuan perusahaan tak hanya itu menyediakan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan diharapkan perusahaan mendapatkan keuntungan sehingga akan meningkatkan penjualan produknya. Keputusan pembelian menjadi alternatif untuk menyelesaikan masalah dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. konsumen akan melakukan evaluasi sikap dan pilihan setelah memutuskan membeli. Jadi, perusahaan harus bisa menentukan strategi melalui beragam cara, kreasi dan inovasi yang tepat dan juga cepat. Target pasar yang tepat dan mampu meraih peluang yang ada dapat membantu perusahaan untuk segera mengambil langkah atau tindakan yang tepat untuk mencapai tujuan suatu perusahaan.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji (1) Adakah pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding organizer* “Anggresia Griya Paes” Blitar (2) Adakah pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding organizer* “Anggresia Griya Paes” Blitar. (3) Adakah pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding organizer* “Anggresia Griya Paes” Blitar. (4) Adakah pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding organizer* “Anggresia Griya Paes” Blitar. (5) Adakah pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding organizer* “Anggresia Griya Paes” Blitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel atau lebih. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 80 responden konsumen *Wedding Organizer* “Anggresia Griya Paes”. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Selanjutnya, hasil kuesioner dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial (1) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (2) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (3) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (4) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja (5) harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa *wedding organizer* “Anggresia Griya Paes” Blitar

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

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Price, Promotion, Location and Service Quality of Wedding Organizer "Anggresia Griya Paes" Blitar on Consumer Purchase Decisions" was written by Noverina Melya Rakhmayanti, NIM 12405173031 supervisor Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

The marketing process occurs or begins long before the goods are produced. Decisions in it must be made to determine the product and its market, pricing, and promotional activities. In order for the company's goals to be achieved, the company must be able to know what the wants and needs of consumers are. Talking about the goals of a company, location is one of the considerations that determine the achievement of a company's goals, not only that, providing good quality service to customers, it is hoped that the company will benefit so that it will increase sales of its products. Purchasing decisions are an alternative to solving problems in purchasing a product or service. Consumers will evaluate attitudes and choices after deciding to buy. So, companies must be able to determine strategies through various ways, creations and innovations that are appropriate and also fast. The right target market and being able to seize the opportunities that exist can help the company to immediately take the right steps or actions to achieve the goals of a company.

The purpose of this study is to examine (1) Is there a partial effect of price on consumer purchasing decisions on wedding organizer services "Anggresia Griya Paes" Blitar (2) Is there a partial effect of promotion on consumer purchasing decisions on wedding organizer services "Anggresia Griya Paes" Blitar. (3) Is there a partial influence of location on consumer purchasing decisions on wedding organizer services "Anggresia Griya Paes" Blitar. (4) Is there a partial influence of service quality on consumer purchasing decisions on wedding organizer services "Anggresia Griya Paes" Blitar. (5) Is there any effect of price, promotion, location and quality of service simultaneously on consumer purchasing decisions on wedding organizer services "Anggresia Griya Paes" Blitar.

This research uses a quantitative approach with associative research type, which is a type of research that aims to examine the relationship between two or more variables. The sampling technique used was accidental sampling. The number of samples taken in this study amounted to 80 consumer respondents Wedding Organizer "Anggresia Griya Paes". Sources of data used in this study are primary data and secondary data. Measurements in this study used a Likert scale. Furthermore, the results of the questionnaire were analyzed using multiple linear regression which serves to prove the research hypothesis. The data that has met the validity test, reliability test, and classical assumption test are processed to produce a regression equation.

The results of hypothesis testing show that partially (1) price has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions (2) promotion has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions (3) location has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions (4) service quality has a positive effect and significantly to work productivity (5) prices, promotions, location and service quality have a positive and significant effect simultaneously on consumer purchasing decisions on wedding organizer services "Anggresia Griya Paes" Blitar.

Keywords: Price, Promotion, Location, Service Quality and Purchasing Decisions