

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada Lugo Coffee House Tulungagung” ini ditulis oleh Husen Renaldi Sofyan, NIM. 12405183441, pembimbing Dr. Ali Mauludi AC, M.A.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh manajemen pemasaran yang menjadi faktor yang menentukan tingkat penjualan dalam perusahaan. Peranan manajemen pemasaran dalam perusahaan sangatlah penting karena penggerak utama seluruh kegiatan atau aktivitas penjualan dalam mencapai tujuannya baik untuk memperoleh keuntungan maupun untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Ada beberapa faktor penentu dalam keberhasilan manajemen pemasaran, antara lain kualitas produk yang dimiliki, kegiatan promosi yang dilakukan, kualitas pelayanan yang diberikan, dan kualitas harga produk yang dijual.

Penelitian ini bertujuan untuk, 1) menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian 2) menguji pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian 3) menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian 4) menguji pengaruh kualitas harga terhadap keputusan pembelian 5) menguji pengaruh yang simultan antara kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan dan kualitas harga terhadap keputusan pembelian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Lugo Coffee House. Sampel yang digunakan pada penelitian ini ada 100 orang responden. Dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. 2) Variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. 3) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. 4) Variabel kualitas harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. 5) kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan dan kualitas harga secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan, kualitas harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Product Quality, Promotion, Service Quality and Price Quality on Buying Decision at Lugo Coffee House Tulungagung" was written by Husen Renaldi Sofyan, NIM. 12405183441, adviser Dr. Ali Mauludi AC, M.A.

The research in this thesis is motivated by Marketing Management which is a factor that determines the success of selling in the company. The role of Marketing Management in the company is very important because the main driver of all selling activities of the company in achieving its goals both to gain profit and to maintain the survival of the company. Several critical success factors of marketing management: product quality, promotion, service quality, and price quality.

This study aims to, 1) examine the effect of product quality on buying decision 2) examine the effect of promotion on buying decision 3) examine the influence of service quality on buying decision 4) examine the effect of price quality on buying decision 5) examine the simultaneous effect of product quality, promotion, service quality and price quality for buying decision.

The method used in this study uses a quantitative approach to associative research. The population in this study were customers at Lugo Coffee Shop Tulungagung. The sample used in sampling were 100 respondent (customers)

The results of this study indicate that 1) product quality variable has a significant positive effect on buying decision variables. 2) promotion variable has a significant positive effect on buying decision variables. 3) service quality variable has no significant positive effect on buying decision variables. 4) price quality variable has a significant positive effect on buying decision variables. 5) product quality, promotion, service quality, and price quality together have a significant positive effect on buying decision variables.

Keywords: product quality, promotion, service quality, price quality, buying decision