

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Ayucitra by Monokrom Jombang” ini ditulis oleh Dinda Tri Noviyani, NIM. 126405202135, Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dibimbing oleh Galih Pradananta, M.Si.

Keputusan pembelian menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena di era persaingan yang semakin ketat salah satu cara untuk mendapatkan konsumen adalah dengan memenuhi kebutuhan konsumen secara konsisten. Pelaku bisnis harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen, agar konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada toko Ayucitra by Monokrom Jombang, untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada toko Ayucitra by Monokrom Jombang, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko Ayucitra by Monokrom Jombang, dan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko Ayucitra by Monokrom Jombang.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko Ayucitra by Monokrom Jombang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *Accidental Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu konsumen yang menggunakan *Instagram* (berdasarkan *follower*) Ayucitra by Monokrom Jombang. Tahap selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel promosi, harga, dan kualitas pelayanan terdapat pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis koefisien determinasi dapat diketahui bahwa sebesar 57% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel promosi, harga, dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 43% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

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

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Promotion, Price and Service Quality on Purchasing Decisions at the Ayucitra by Monokrom Jombang Store" was written by Dinda Tri Noviyani, NIM. 126405202135, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Business and Islamic Economics, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, supervised by Galih Pradananta, M.Sc.

Purchasing decisions are the main priority in this research because in an era of increasingly fierce competition, one way to get consumers is to meet consumer needs consistently. Business people must pay attention to things that consumers consider important, so that consumers decide to make a purchase.

The aim of this research is to determine the effect of promotions on purchasing decisions at the Ayucitra by Monokrom Jombang store, to determine the effect of price on purchasing decisions at the Ayucitra by Monokrom Jombang store, to determine the influence of service quality on purchasing decisions at the Ayucitra by Monokrom Jombang store, and to determine the influence of promotions, price and service quality on purchasing decisions at the Ayucitra by Monokrom Jombang store.

The research method used in this research is quantitative with an associative type of research, with the aim of finding out the influence of promotions, prices and service quality on purchasing decisions at the Ayucitra by Monokrom Jombang store. The technique used in sampling in this research was the Accidental Sampling technique. The number of samples used in this research was 100 respondents, namely consumers who use Instagram (based on followers) Ayucitra bby Monokrom Jombang. The next stage, the questionnaire data was analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and coefficient of determination tests.

The results of hypothesis testing using the t test show that the promotion variable has a negative and insignificant effect on purchasing decisions, while the price and service quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions. Then, through the F test, it can be seen that the promotion, price and service quality variables have a simultaneous influence on purchasing decisions. The results of the coefficient of determination analysis show that 57% of purchasing decisions are influenced by promotion, price and service quality variables, while the remaining 43% are influenced by other variables outside this research.

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