

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dhyhijab Jombang” ini ditulis oleh Indana Lailatul Fitriyah, NIM. 126402203219, dengan dosen pembimbing Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan di industry *fashion* yang berkembang semakin pesat didalam bisnis sehingga persaingan bisnis semakin ketat. Tak terkecuali dengan Dhyhijab yang merupakan usaha dengan produk *fashion* yang terus berinovasi terhadap produknya untuk menarik minat pelanggan.. Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan apakah promosi penjualan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian Dhyhijab Jombang.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan metode accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner dianalisis dengan uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara parsial atau individu terhadap keputusan pembelian pembeli produk Dhyhijab Jombang, variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial atau individu terhadap keputusan pembelian pembeli produk Dhyhijab Jombang, variabel harga berpengaruh secara parsial atau individu terhadap keputusan pembelian pembeli produk Dhyhijab Jombang, dan secara simultan atau variabel, promosi, kualitas pelayanan, serta harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pembeli produk Dhyhijab Jombang serta mampu menjelaskan adanya pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 51,3%, sedangkan sisanya sebesar 48,7% dipengaruhi variabel-variabel lainnya.

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

ABSTACT

Thesis with the title "The Influence of Sales Promotion, Service Quality and Prices on Purchasing Decisions for Dhyhijab Jombang" was written by Indana Lailatul Fitriyah, NIM. 126402203219, with supervisor Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

This research is motivated by developments in the fashion industry business is growing more rapidly so that business competition is getting tighter. Dhyhijab is no exception, which is a business with fashion products continues to innovate its products to attract customer interest. Based on the background above, it can be formulated whether sales promotion, service quality and price have a simultaneous influence on purchasing decisions for Dhyhijab Jombang.

The method used in this method is a quantitative approach. Sampling uses non-probability sampling techniques with methods accidental sampling with a total sample of 96 respondents. Data collection carried out using the questionnaire distribution method. Data obtained from the results The questionnaire was analyzed using research instrument tests, classical assumption tests, regression tests multiple linear, and hypothesis testing.

Based on the results of hypothesis testing, it can be concluded that variable promotions have a partial or individual effect on purchasing decisions Dhyhijab Jombang products, the service quality variable has an influence partially or individually on purchasing decisions for Dhyhijab Jombang products, Price variables have a partial or individual influence on purchasing decisions Dhyhijab Jombang products, and simultaneously or variable, promotion, quality service, and price influence the decision to purchase Dhyhijab products Jombang and able to explain the influence on decision variables purchases amounted to 51.3%, while the remaining 48.7% was influenced by variables other variables

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