

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Material Rumah (Studi pada UD. Usaha Lestari Tulungagung)” ini ditulis oleh Moh Mohtar Ghazali (126405212114), mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dosen Pembimbing Galih Pradananta, M. Si.

Kata Kunci : Harga, Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Volume Keputusan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh bisnis material rumah di Kabupaten Tulungagung menghadapi persaingan yang semakin ketat, menuntut pelaku usaha untuk mengadopsi strategi yang tepat demi mempertahankan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka. Dalam upaya memenangkan hati konsumen, pemahaman mendalam tentang preferensi pasar menjadi sangat penting. Beberapa faktor utama yang memengaruhi keputusan pembeliannya meliputi harga yang kompetitif, strategi pemasaran yang baik, dan kualitas pelayanan yang cepat dan ramah sebagai daya tarik tambahan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada UD. Usaha Lestari, (2) menguji pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian pada UD. Usaha Lestari., (3) menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada UD. Usaha Lestari, (4) menguji pengaruh harga, strategi pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada UD. Usaha Lestari.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data primer diperoleh melalui kuesioner online yang disebarkan kepada 100 responden konsumen UD. Usaha Lestari. Data dianalisis menggunakan SPSS 25 dengan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas), uji regresi berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji F dan uji T).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harga, strategi pemasaran. Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian material rumah UD. Usaha Lestari Tulungagung, (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian material rumah UD. Usaha Lestari Tulungagung, (3) strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian material rumah UD. Usaha Lestari, (4) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian material rumah UD. Usaha Lestari Tulungagung.

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Price, Marketing Strategy and Service Quality Affecting Home Material Purchasing Decisions (Study at UD. Usaha Lestari Tulungagung)" was written by Moh Mohtar Ghozali (126405212114), a student of the Sharia Business Management Study Program at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor Galih Pradananta, M. Si.

Keywords: Price, Marketing Strategy, Service Quality and buying decision.

This research is motivated by the home material business in Tulungagung Regency facing increasingly tight competition, requiring business actors to adopt the right strategy to retain customers and increase their loyalty. In an effort to win the hearts of consumers, a deep understanding of market preferences is very important. Some of the main factors that influence purchasing decisions include competitive prices, good marketing strategies, and fast and friendly service quality as additional attractions.

The purpose of this study is to (1) test the effect of price on purchasing decisions at UD. Usaha Lestari, (2) test the effect of marketing strategy on purchasing decisions at UD. Usaha Lestari., (3) test the effect of service quality on purchasing decisions at UD. Usaha Lestari, (4) test the effect of price, marketing strategy and service quality simultaneously on purchasing decisions at UD. Usaha Lestari.

This study uses a quantitative approach with an associative research type. Primary data was obtained through an online questionnaire distributed to 100 consumer respondents of UD. Usaha Lestari. The data were analyzed using SPSS 25 with validity test, reliability test, classical assumption test (normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test), multiple regression test, coefficient of determination test, and hypothesis test (F test and T test).

The results of the study showed that (1) price, marketing strategy. Service quality simultaneously have a positive and significant effect on the decision to purchase house materials UD. Usaha Lestari Tulungagung, (2) Price has a positive and significant effect on the decision to purchase house materials UD. Usaha Lestari Tulungagung, (3) marketing strategy has a positive and significant effect on the decision to purchase house materials UD. Usaha Lestari, (4) service quality has a positive and significant effect on the decision to purchase house materials UD. Usaha Lestari Tulungagung