

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Lafille Bakery di Desa Banjarejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Fitriyah Bintang Azizah, NIM 126405211034, dengan pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.A

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya aktivitas konsumsi masyarakat terhadap produk makanan rumahan, khususnya pada Lafille Bakery yang berlokasi di Desa Banjarejo, Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung. Dalam persaingan bisnis yang ketat di sektor makanan, Lafille Bakery dituntut untuk mempertahankan kualitas produk, memberikan pelayanan yang memuaskan, dan melakukan promosi yang efektif guna mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) menguji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian 2) menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian 3) menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian 4) menguji pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian. Data penelitian ini diperoleh dari 100 responden yang merupakan konsumen Lafille Bakery, dengan metode pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling jenis accidental sampling.

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian 2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian 3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian 4) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

ABSTRACT

This thesis, entitled "The Influence of Product Quality, Service Quality, and Promotion on Purchase Decisions at the Home Industry Lafille Bakery in Banjarejo Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency," was written by Fitriyah Bintan Azizah, NIM 126405211034, supervisor by Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Promotion, Purchase Decision

This research is motivated by the increasing consumer activity in purchasing homemade food products, particularly at Lafille Bakery located in Banjarejo Village, Rejotangan District. In a highly competitive food industry, Lafille Bakery is required to maintain product quality, provide satisfying service, and implement effective promotions to influence consumers' purchasing decisions.

The objectives of this research are to: (1) examine the simultaneous influence of product quality, service quality, and promotion on purchasing decisions; (2) examine the influence of product quality on purchasing decisions; (3) examine the influence of service quality on purchasing decisions; and (4) examine the influence of promotion on purchasing decisions. Data was collected from 100 respondents who are consumers of Lafille Bakery using a non-probability sampling technique, specifically accidental sampling.

This research uses a quantitative approach with an associative research type. The data analysis techniques include validity and reliability tests, classical assumption tests (normality, multicollinearity, and heteroscedasticity), multiple linear regression analysis, t-test (partial), F-test (simultaneous), and the coefficient of determination (R^2).

The results show that: (1) product quality, service quality, and promotion simultaneously have a significant effect on purchasing decisions; (2) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions; (3) service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions; and (4) promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions.