

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen UD Hanum . Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Proposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai kriteria yang diinginkan. Karena jumlah populasi tidak diketahui, maka dalam menghitung dalam besaran sampel menggunakan rumus cochrane dan di dapatkan sampel 138. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket) dan observasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian pada taraf 0,05 menunjukkan bahwa 1) hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan 2,302 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ berarti harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. 2) Hasil uji t pada variabel kualitas produk 3,352 dengan nilai $0,000 < 0,05$ berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. 3) Hasil uji t pada harga 2,512 dengan nilai $0,000 < 0,005$ berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian 4) nilai *Adjusted R Square* untuk variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga adalah 0,523. Artinya 52,3% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel independen dan sisanya 47,7% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keywords: *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, service quality, product quality, and price partially and simultaneously on purchasing decisions for UD Hanum consumers. The type of research used in this research is a quantitative approach with descriptive methods. The sampling technique in this research used a purposive sampling technique. Purposive sampling is a technique for determining samples with certain considerations according to the desired criteria. Because the population size is unknown, in calculating the sample size using the Cochran formula and obtained a sample of 138. Data collection techniques used a questionnaire (questionnaire) and observation. Meanwhile, the data analysis technique uses multiple linear regression. The research results at the 0.05 level show that 1) the t test results on the service quality variable are 2.302 with a significant value of $0.000 < 0.05$ meaning that price has a significant positive effect on purchasing decisions. 2) The results of the t test on the product quality variable are 3.352 with a value of $0.000 < 0.05$ meaning that service quality has a significant positive effect on purchasing decisions. 3) The results of the t test at the price of 2.512 with a value of $0.000 < 0.005$ means that service quality has a significant positive effect on purchasing decisions 4) Adjusted R Square value for service quality, product quality and price variables is 0.523. This means that 52.3% of the purchasing decision variable is influenced by independent variables and the remaining 47.7% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Price, and Purchasing Decisions*