

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Mie Gacoan cabang Marapalam di Kota Padang (Studi kasus mahasiswa S1 Manajemen Unidha)". Populasi dalam penelitian ini mahasiswa s1 manajemen universitas dharma andalas Padang yang berjumlah 414 mahasiswa dengan penerikan sampel menggunakan *raosoft sampel size calculator* sehingga sampel sebanyak 104 responden. Data diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner kemudian diolah dan diuji dengan menggunakan *IBM SPSS Statistics 22* Dari penelitian yang dilakukan diketahui berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan 1). Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2). Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 3). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Selanjutnya variabel Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sebesar 61,1 % tergolong sedang sisanya 38,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini yaitu Strategi Pemasaran, Gaya Hidup dan Minat Beli.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

SUMMARY

This study aims to determine the Effect of Product Quality and Service Quality on Purchasing Decisions at Mie Gacoan, Marapalam branch in Padang City (Case study of undergraduate students of Management at Unidha)". The population in this study were 414 undergraduate students of Management at Dharma Andalas University, Padang, with a sample size of 104 respondents. Data were obtained by distributing questionnaires, then processed and tested using IBM SPSS Statistics 22. From the research conducted, it is known that based on the results of hypothesis testing, 1). Product Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, 2). Service Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, 3). Product Quality and Service Quality have a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Furthermore, the Purchasing Decision variable is influenced by Product Quality and Service Quality by 61.1%, which is classified as moderate, the remaining 38.9% is influenced by other variables not included in this study, namely Marketing Strategy, Lifestyle, and Purchase Interest.

Keywords: Product Quality, Service Quality, and Purchasing Decisions

