

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus Toko Emas Musdalifah). Objek penelitian dalam penelitian ini ialah konsumen Toko Emas Musdalifah. Terdapat 96 sampel dalam penelitian ini yang diambil menggunakan rumus lemeshow. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non-probability sampling jenis purposive sampel. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan alat analisis SPSS Versi 26. Hasil kuisioner menyatakan bahwa pernyataan valid dan reliabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga(X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian(Y). Variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Secara simultan variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Emas Musdalifah. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian. Saran untuk penelitian selanjutnya agar menambah faktor lain diluar penelitian dalam meneliti keputusan pembelian konsumen khususnya perhiasan emas.

Kata Kunci: Harga Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan,

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of price and service quality on consumer purchasing decisions (case study Musdalifah Gold Shop). The research object in this research is the consumers of the Musdalifah Gold Shop. The sample in this study was 96 people taken using the Lemeshow formula. The approach used in this research is a quantitative approach with a survey research type. The sampling technique in this research used non-probability sampling, purposive sample type. This research uses multiple regression analysis with the help of the SPSS Version 26 analysis tool. The results of the questionnaire state that the statement is valid and reliable. The research results show that partially the price variable (X1) has no effect on purchasing decisions (Y). The service quality variable (X2) has a positive and significant influence on purchasing decisions (Y). Simultaneously, the price and service quality variables have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at the Musdalifah Gold Shop. Recommendations for further research are to highlight other factors outside research in examining consumer purchasing decisions, especially gold jewelry.

Keywords: Price, Purchasing Decisions, Service Quality.