

Saidah Inayati, 13312058, **Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Gresik Graha Wisata *Tour and Travel***. Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juni 2017.

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Gresik Graha Wisata. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 96 responden, jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji t. Penelitian ini menguji tiga variabel independen yaitu harga, promosi, dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Berdasarkan pengujian dengan alat bantu SPSS 15.0 hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) didasarkan pada hasil analisis yang menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,604 > 1,9850$ dan probabilitas (signifikansi) sebesar $0,011 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, Promosi (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) didasarkan pada hasil analisis yang menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,741 > 1,9850$ dan probabilitas (signifikansi) sebesar $0,007 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kualitas Pelayanan (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) didasarkan pada hasil analisis yang menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,680 > 1,9850$ dan probabilitas (signifikansi) sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil *Adjusted R Square* = 0,738 dapat dikatakan bahwa variabel dependen Keputusan Pembelian sebesar 73,8%, disebabkan oleh variabel Harga (X_1), Promosi (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3). Sedangkan sisanya sebesar 26,2% disebabkan oleh faktor lain yang tidak ada dalam model ini.

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

Saidah Inayati, 13312058, *The Effect of Price, Promotion and Service Quality on Purchasing Decisions at PT. Gresik Graha Wisata Tour and Travel. Management, Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Gresik, June, 2017.*

Abstract

This study aims to determine the effect of price, promotion, and service quality on purchasing decisions at PT. Gresik Graha Wisata. This study used a sample of 96 respondents, the type of data is primary data. The analysis technique is multiple linear regression and t test. This study examines three independent variables, price, promotion, and service quality that influence purchase decision as dependent variable. Based on testing with the tool SPSS 15.0 research results indicate that the variable price, promotion, and service quality partially significant effect on purchasing decisions. Price (X1) has a significant influence on Purchase Decision (Y) based on the result of analysis showing $t_{count} > t_{table}$ that is $2,604 > 1,9850$ and probability (significance) equal to $0,011 < 0,05$, then H_0 is rejected and H_1 accepted, Promotion (X2) has a significant influence on Purchase Decision (Y) based on the result of analysis showing $t_{count} > t_{table}$ that is $2,741 > 1,9850$ and probability (significance) equal to $0,007 < 0,05$, then H_0 is rejected and H_1 accepted. Service Quality (X3) has a significant influence on Purchase Decision (Y) based on the result of analysis showing $t_{count} > t_{table}$ that is $4,680 > 1,9850$ and probability (significance) $0.000 < 0,05$, then H_0 is rejected and H_1 accepted. The result of Adjusted R Square = 0,738, So Purchase Decision is 73,8%, caused by Price (X1), Promotion (X2), and Service Quality (X3). While the rest of 26.2% is caused by other factors that do not exist in this model.

Keyword : Price, Promotion, Service Quality, Purchasing Decision.