

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN
TEXTILE (STUDI KASUS: TOKO MUMBAY TEXTILE *HOUSE
OF FASHION*)
SKRIPSI
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata I**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN
TEXTILE (STUDI KASUS: TOKO MUMBAY TEXTILE *HOUSE
OF FASHION*)
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata I



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2020**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Toko Mumbay Textile House Of Fashion. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kain textile. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Jenis penelitian ini adalah uji kausal dimana untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar satu atau bahkan lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan pengolahan data menggunakan software SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research was conducted on Mumbay Textile House Of Fashion Store customers. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price and service quality on purchasing decisions of textile fabrics. The sample used in this study amounted to 100 respondents. This type of research is a causal test in which to determine the relationship or influence between one or even more independent variables on the dependent variable. The research method uses multiple linear regression analysis with the help of data processing using SPSS software version 22. The results of this study indicate that product quality, price and service quality simultaneously or partially have a significant effect on consumer purchasing decisions.

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

