

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
COFFE SHOP ATAS NAMA KOPI PETUKANGAN SELATAN**

SKRIPSI

Program Studi: Manajemen



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2022

**THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND SERVICE
QUALITY ON THE PURCHASING DECISION OF *COFFEE*
SHOP ON BEHALF OF SOUTH PETUKANGAN COFFEE**

THESIS

Study Program: Management



By:

Name : Nur Alilis

NIM : 180400079

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA**

JAKARTA

2022

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
COFFE SHOP ATAS NAMA KOPI PETUKANGAN SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Program Studi Manajemen – Strata 1



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2022

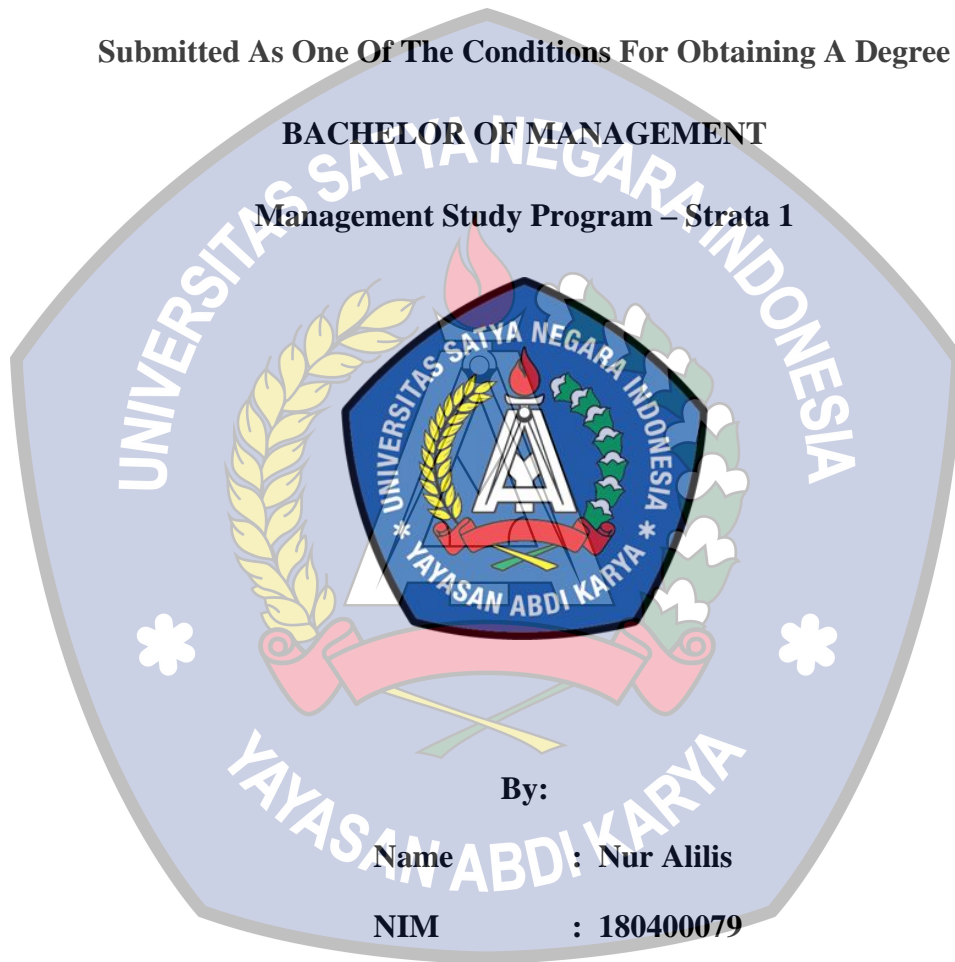
**THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND SERVICE
QUALITY ON THE PURCHASING DECISION OF *COFFEE*
SHOP ON BEHALF OF SOUTH PETUKANGAN COFFEE**

THESIS

Submitted As One Of The Conditions For Obtaining A Degree

BACHELOR OF MANAGEMENT

Management Study Program – Strata 1



By:

Name : Nur Alilis

NIM : 180400079

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA**

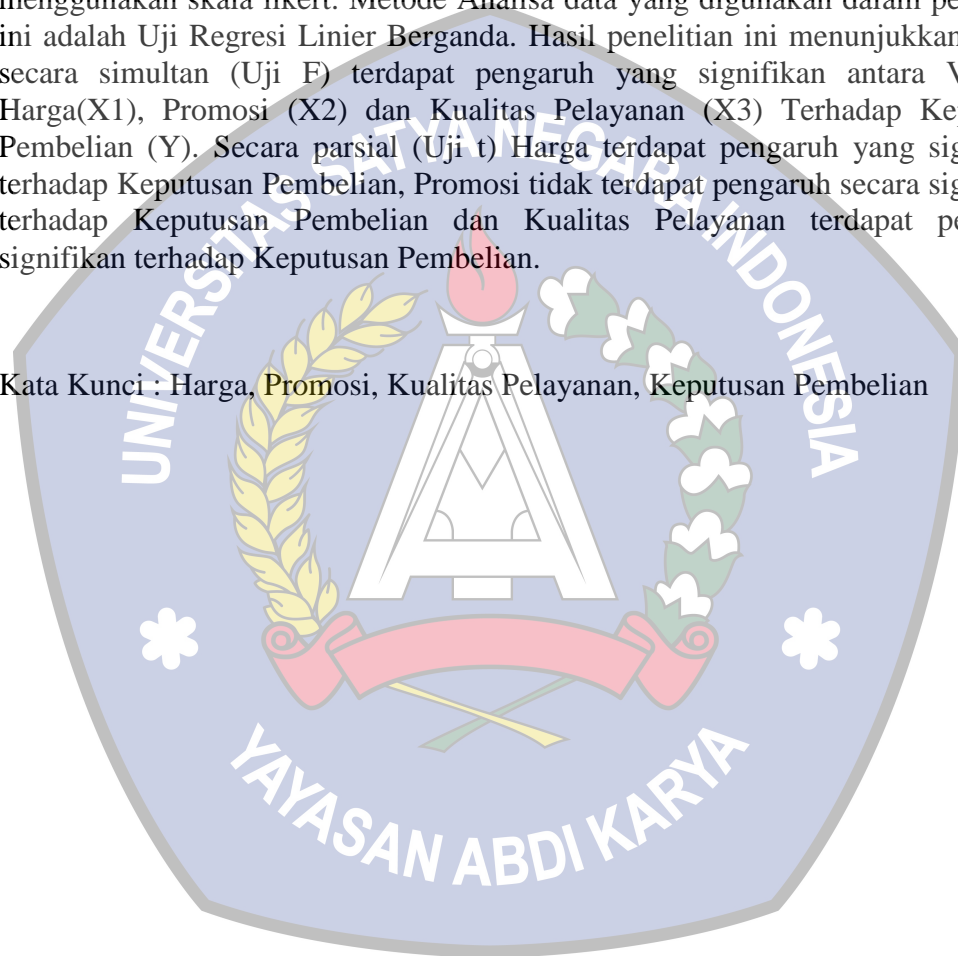
JAKARTA

2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada *Coffe Shop* Atas Nama Kopi Petukangan Selatan secara simultan maupun parsial. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 120 orang responden yang pernah berkunjung dan membeli di Atas Nama Kopi Petukangan Selatan. Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kuantitatif dan hasil penelitian berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan skala likert. Metode Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan (Uji F) terdapat pengaruh yang signifikan antara Variabel Harga (X1), Promosi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y). Secara parsial (Uji t) Harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Promosi tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Kualitas Pelayanan terdapat pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

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



ABSTRACT

This study aims to find out the influence of Price, Promotion and Service Quality on the Decision to Buy Coffe Shop on behalf of South Petukangan Coffee simultaneously or partially. The data used is primary data collected through the distribution of questionnaires to 120 respondents who have ended up and purchased in the Name of South Petukangan Coffee. The method used in this study is a quantitative method and the results of the study are based on respondents' answers using a likert scale. The data analysis methods used in this study are multiple linear regression test. The results of this study show that simultaneously (Test F) there is a significant influence between The Variable Price (X1), Promotion (X2) and Quality of Service (X3) on Purchasing Decisions (Y). Partially (Test t) Price has a significant influence on Purchasing Decisions, Promotions have no significant influence on Purchasing Decisions and Quality of Service has a significant influence on Purchasing Decisions.

Keywords : Price, Promotion, Quality of Service, Purchasing Decision

