

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Mirota Kampus Simanjuntak. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan dua variabel yaitu variabel X1 (Kualitas Pelayanan), X2 (Harga) dan variabel Y (Keputusan Pembelian). Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner online yang hasilnya diolah menggunakan software Microsoft Excel dan SPSS dengan menggunakan metode regresi linear berganda.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan harga secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, dengan nilai signifikan di bawah 0,005 dan nilai F hitung (43,331) > F tabel (3,09). Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan nilai t hitung pada variabel kualitas layanan sebesar 4,883 dan harga sebesar 6,163 lebih besar dari t tabel (1,986), maka dinyatakan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Pada hasil uji determinasi variabel independen (kualitas layanan dan harga) terdapat pengaruh sebesar 48,2% terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Sedangkan sebanyak 51,8 dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to analyse the effect of service quality and price on the purchase decision at Mirota Simanjuntak Campus. This research is a quantitative research that uses two variables X1 (Service Quality), X2 (Price), and variable Y (Purchase Decision). The data were collected by distributing online questionnaires, the results of which were processed by using Microsoft Excel and SPSS software that use multiple linear regression methods.

The results show that the service quality and price variables simultaneously have an influence on the purchase decision variable with a significant value below 0.005 and a calculated F value (43.331) > F table (3.09). The results of the study also show that the t value of the service decision variable of 4.883 and a price of 6.163 are greater than t table (1.986), so it can be stated that it has an effect on the purchase decision variable. The results of the determination of independent variables (service quality and price) show there is an influence of 48.2% on the dependent variable (purchase decision). On the other side, as many as 51.8 are influenced by other variables.

Keywords: *Service Quality, Price, Purchase Decisio*