

ABSTRAKSI

Louis Vyas Dian Prakoso

12/332526/SV/01241

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada COFFEE
SHOP KOPINYA KITA YOGYAKARTA

2016. 68 halaman

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati terhadap keputusan pembelian di COFFEE SHOP KOPINYA KITA.

Populasi dari penelitian ini adalah semua konsumen COFFEE SHOP KOPINYA KITA, sampel yang diambil sebanyak 60 responden dengan metode pengambilan *non-probability sampling* menggunakan pendekatan *accidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi. Analisis regresi meliputi, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji heterokedasitas, uji multikolinieritas, uji regresi berganda, Uji t, uji F, Uji determinan.

Hasil uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heterokedasitas, uji multikolinieritas menunjukkan hasil data terdistribusi secara normal, uji regresi yang terdiri dari uji regresi berganda, uji t, uji F, uji determinan, menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di COFFEE SHOP KOPINYA KITA. Dimensi yang paling berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian adalah keandalan (*reliability*),

ABSTRACT

Louis Vyas Dian Prakoso

12/332526/SV/01241

Analyse Effect Service Quality Towards Buying Decision in COFFEE SHOP

KOPINYA KITA YOGYAKARTA

2016. 68 pages

The research aimed to know the effect of service quality that consist of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and emphaty towards buying decision in COFFEE SHOP KOPINYA KITA.

The population of this research was all the consumens of COFFEE SHOP KOPINYA KITA. The sample was 60 respondens. The sampling used non-probability sampling method with accidental sampling approach. The method used to analyse data was statistic description and multiple regretion. Multiple regretion analyse includes classical asssumptions test, multiple regresion test, t test, F test, and determinant test.

From classical assumptions test thats include normality test, heterokedasitas test, and multikolinear test showed that data was distributed normally. The multiple regretion analyse, t test, F test, and determinant test showed that service quality has positive effect and significant towards buying decision in COFFEE SHOP KOPINYA KITA. The dimention that most influence significantly towards buying decision is reliability.