

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. MARK DYNAMIC INDONESIA MEDAN.

Holfian Daulat Tambun Saribu¹

Rahmat Eli Putra²

Gulo¹ Theresa Rebecca³

BardonMogan Sihotang⁴

Anwar Evdon Nadeak⁵

**Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia**

Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan merupakan hal penting untuk dipertimbangkan dalam meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen agar dapat menunjang peningkatan penjualan perusahaan secara menyeluruh. Untuk itu penelitian dilakukan untuk mengetahui adanya Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian yang ada di PT Mark Dynamic Indonesia Medan baik sebagian maupun simultan. Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini ialah konsumen tetap di PT Mark Dynamic Indonesia yang berjumlah sebanyak 500 orang. Teknik analisis data menggunakan Uji F, Uji T, dan Regresi Linier Berganda dan analisis data menggunakan SPSS versi 20. Hasil analisis data penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dilihat Kualitas produk memiliki t_{hitung} 5.015 dan t_{tabel} 1,655 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.105 > 1,655$) dan $sig.0.000 < 0,05$. Ini menyatakan hipotesis diterima yaitu : kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia. Harga memiliki t_{hitung} 4.687 dan t_{tabel} 1,655 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.687 > 1,655$) dan $sig.0.000 < 0,05$. Ini menyatakan hipotesis diterima yaitu : harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia. Kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} 4.907 dan t_{tabel} 1,655 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.907 > 1,655$) dan $sig.0.000 < 0,05$. Ini menyatakan hipotesis diterima yaitu : kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia.

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