

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM DI KOTA MEDAN

Jesslyne Tan, Dede Ansyari Guci.

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada UMKM di Kota Medan. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 67 responden yang diperoleh menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan sebesar 41,6% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kesimpulannya, promosi dan kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada UMKM di Kota Medan.

Kata kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, UMKM, Medan.