



FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi
Nationally Accredited based on the Decree of the Minister of Research,
Technology and Higher Education, Number **21/E/KPT/2018**, 9 July 2018



Samarinda, 31 Mei 2021

No. : 366/UN.17/JEBM/PN/2021
Lampiran : -
Hal : Surat Penerimaan Naskah

Kepada Yth.

Sdri. Sherlly

Fakultas Ekonomi Universitas Prima, Medan.

Terimakasih telah mengirimkan artikel ilmiah untuk diterbitkan pada **FORUM EKONOMI:** Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi. pISSN: **1411-1713**, eISSN: **2528-150X** dengan keterangan sebagai berikut:

ID : 9579
Penulis : Catri Wirya Pranata; Sherlly; Vincent; Andre Fitriano
Tanggal Submit : 28 Mei 2021
Judul : Pengaruh kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil review, artikel tersebut dinyatakan **DITERIMA** untuk dipublikasikan di Jurnal kami pada bulan Juni 2021; Volume 23, Nomor 2, 2021. Artikel tersebut akan tersedia secara online di <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>

Demikian informasi ini disampaikan, dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Hormat kami,



Dr. Irsan Tricahyadinata, M.Si
Editor JEBM Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Mulawarman

Dikumen ini disahkan menggunakan tanda tangan elektronik, telah terverifikasi pada:
<http://sivdfeb.unmul.ac.id>

FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi is a scientific journal in the field of economics and management published twice a year (in January & July). Faculty of Economics and Business Mulawarman University. Nationally Accredited based on the Decree of the Minister of Research, Technology and Higher Education, Number **21/E/KPT/2018**, 9 July 2018

Unit Pelaksana Publikasi Ilmiah Lt.2 Dekanat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman
Jl. Tanah Grogot No 1, Kampus Gunung Kelua Samarinda – Kalimantan Timur, 75119.

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROPERTY DI PT BIMASAKTI MAHAWIRA

Catri Wirya Pranata
Sherlly
Vincent

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Property di PT Bimasakti Mahawira. Metode penelitian adalah pendekatan kuantitatif, jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif dan sifat penelitian ini adalah deskriptif *explanatory*. Metode analisis data adalah analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan sampel yaitu *simple random sampling*. Sampel penelitian adalah 101 karyawan. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,047 > 1,985$ dan signifikan yang diperoleh $0,003 < 0,05$, berarti bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yaitu Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Property di PT Bimasakti Mahawira. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,182 > 1,985$ dan signifikan yang diperoleh $0,032 < 0,05$, berarti bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Property di PT Bimasakti Mahawira. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,112 > 1,985$ dan signifikan yang diperoleh $0,037 < 0,05$, berarti bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yaitu Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Property di PT Bimasakti Mahawira. Hasil pengujian diperoleh nilai $F_{hitung} (8,210) > F_{tabel} (2,70)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yaitu Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Property di PT Bimasakti Mahawira.

Kata Kunci: Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CUSTOMER TRUST, SERVICE QUALITY AND PROMOTION AGAINST THE DECISION OF PURCHASE OF PROPERTY IN PT BIMASAKTI MAHAVIRA

Catri Wirya Pranata

Sherlly

Vincent

**Management Study Program, Faculty Of Economics, University Of Prima
Indonesia**

This study aims to test and analyze the influence of Customer Trust, Service Quality and Promotion against the Decision of Purchase of Property in PT Bimasakti Mahavira. The research method is quantitative approach, type of research is descriptive and quantitative nature of this research is descriptive explanatory. Methods of data analysis is multiple linear regression analysis. Sample collection techniques, namely simple random sampling. Sample research are 101 employees. The calculation results of testing the hypothesis partially values obtained $t_{count} > t_{table}$ or $3,047 > 1,985$ and obtained significant $0,003 < 0,05$, it means that H_a is accepted dam H_o denied that Customer Trust has positive and significant effect partially on the Decision of Purchasing Property in PT Bimasakti Mahavira. The calculation results of testing the hypothesis partially values obtained $t_{count} > t_{table}$ or $2,182 > 1,985$ and obtained significant $0,032 < 0,05$, it means that H_a is accepted dam H_o denied that Service Quality has positive and significant effect partially on the Decision of Purchasing Property in PT Bimasakti Mahavira. The calculation results of testing the hypothesis partially obtained that the value of $t_{count} > t_{table}$ or $2,112 > 1,985$ and obtained significant $0,037 < 0,05$, it means that H_a is accepted dam H_o denied that Promotion has positive and significant effect partially on the Decision of Purchasing Property in PT Bimasakti Mahawira. Hasil test obtained the value of $F_{count} (8,210) > F_{table} (2,70)$ and the probability of significance $0,000 < 0,05$, it means that H_a is accepted dam H_o denied that the Trust of Customers, Quality Service and Promotion has positive and significant effect simultaneously on the Decision of Purchasing Property in PT Bimasakti Mahavira.

Keywords: Customer Trust, Service Quality, Promotion, Purchase Decision