

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. UNIKITZ BERSATU  
GROUP CABANG MEDAN**

**Steven Pratama Susanto  
Program Studi Management  
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

**Abstrak**

Kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi merupakan unsur-unsur yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT. Unikitz Bersatu Group cabang Medan. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Keseluruhan populasi adalah konsumen dari PT. Unikitz Bersatu Group cabang Medan dengan jumlah populasinya yaitu 2.319 konsumen. Dikarenakan jumlah populasi yang banyak maka akan teknik pengambilan sampel akan diperkecil dengan menggunakan rumus *Slovin* tingkat toleransi kesalahan 5% sehingga didapatkan sebanyak 96 responden dalam penelitian yang akan dilakukan pembagian kuesioner yang diukur dengan skala *likert*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan koefisien determinasi serta uji simultan dan uji parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Unikitz Bersatu Group cabang Medan. Berdasarkan hasil penelitian ini, implikasi bagi manajemen yaitu lebih melakukan perbaikan pada kualitas pelayanan agar dapat lebih handal dan tanggap dalam melayani konsumen, membuat produk dengan kualitas terbaik dan lebih sering melaksanakan berbagai kegiatan promosi.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian