

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan dan harga terhadap keputusan pembelian PT Darul Umroh Haramain Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian pada PT Darul Umroh Haramain Medan. Sampel penelitian ini menggunakan rumus Hair *et al* yaitu sebanyak 115 responden. Teknik pengumpulan data melalui kuisioner dan wawancara yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan metode alternatif *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

(1) kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 0.012 dan *P-Values* 0.686.

(2) promosi penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 0.131 dan *P-Values* 0.177.

(3) harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 0.270 dan *P-Values* 0.032.