

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *MULTIFILAMENT TATE* PADA PT UNITED ROPE

Wantoni, Andrew, Indra Sensiano, Fernando, Setio Susanto

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji dan menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian *multifilament tate* pada PT United Rope. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 214 pelanggan tahun 2019 dan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik slovin dalam mencari jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 139 pelanggan 30 pelanggan untuk pengujian validitas dan reliabilitas. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,080 > 1,978$ dan signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yaitu secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *multifilament tate* pada PT United Rope. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,085 > 1,978$ dan signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yaitu secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *multifilament tate* pada PT United Rope. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,415 > 1,978$ dan signifikan yang diperoleh $0,001 < 0,05$, berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yaitu secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *multifilament tate* pada PT United Rope. Hasil pengujian diperoleh nilai $F_{hitung} (29,344) > F_{tabel} (2,67)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yaitu secara simultan harga, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *multifilament tate* pada PT United Rope

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian