

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Sate In Bur Danguang-Danguang)**” yang disusun oleh Sri Gayatri Mareta dengan NIM 3721061 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurang optimalnya kualitas layanan sehingga membuat konsumen beralih ke tempat lain dan harga yang ditawarkan Sate In Bur Danguang-Danguang sedikit lebih mahal dibandingkan sate Danguang-Danguang lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pondok Sate In Bur Danguang-Danguang, (2) Seberapa Besar Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pondok Sate In Bur Danguang-Danguang, (3) Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pondok Sate In Bur Danguang-Danguang.

Penelitian ini menggunakan penelitian korelasional yaitu menguji perbedaan karakteristik dari dua atau lebih variabel atau entitas. Dalam pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh dari responden melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis linier berganda dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 25 maka hasil yang didapatkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dimana nilai $T_{hitung} (4,442) > T_{tabel} (1,991)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sementara itu harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dimana $T_{hitung} (3,257) > T_{tabel} (1,991)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan kualitas layanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dimana $F_{hitung} (80,831) > F_{tabel} (0,72)$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ dan hasil uji koefisien determinasi yang didapat sebesar 0,677 atau 67,7% sehingga dapat disimpulkan bahwa variable kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 67,7% dan sisanya 32,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Harga, Keputusan Pembelian