

ABSTRAK

Nama : Anhar Mubarak
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Promosi, Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Kabupaten Bireuen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Alfamart di Bireuen. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Alfamart di Bireuen. Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Alfamart di Bireuen dan pengaruh promosi, kepuasan pelanggan dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Alfamart di Bireuen. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 konsumen. Metode penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Bireuen dengan nilai signifikansi (Sig.) $0,191 > 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima dan nilai koefisien regresi β_1 sebesar $0,130$, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Bireuen dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 diterima dan koefisien regresi β_2 sebesar $0,432$. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Bireuen dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 diterima dan koefisien β_3 sebesar $0,410$. Sedangkan hasil pengujian secara simultan diperoleh bahwa Variabel Promosi (X_1), Kepuasan Pelanggan (X_2) Dan Kualitas Layanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Alfamart Bireuen dengan nilai signifikansi (sig) $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis alternatif (H_a) diterima dan nilai adjusted R^2 sebesar $47,6\%$.

Kata Kunci: Promosi, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

*Name : Anhar Mubarak
Study program : Management
Title : The Influence of Promotion, Customer Satisfaction and Service Quality on Purchasing Decisions at Alfamart, Bireuen Regency.*

This research aims to determine the effect of promotions on purchasing decisions among Alfamart consumers in Bireuen. The influence of customer satisfaction on purchasing decisions for Alfamart consumers in Bireuen. The influence of service quality on purchasing decisions for Alfamart consumers in Bireuen and the influence of promotions, customer satisfaction and service quality on purchasing decisions for Alfamart consumers in Bireuen. The sample that will be used in this research is 100 consumers. The research method in this thesis uses quantitative methods with a descriptive approach. The data analysis tool used is multiple regression. The results of the research show that Promotion does not have a positive and significant effect on Purchasing Decisions at Alfamart Bireuen with a significance value (Sig.) $0.191 > 0.05$, so that H_a is rejected and H_0 is accepted and the regression coefficient value β_1 is 0.130, Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Purchase Decisions at Alfamart Bireuen with a significance value of $0.000 < 0.05$, so that H_a is accepted and the regression coefficient β_2 is 0.432. Service Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions at Alfamart Bireuen with a significance value of $0.000 < 0.05$, so that H_a is accepted and the coefficient β_3 is 0.410. Meanwhile, the results of simultaneous testing showed that the variables Promotion (X1), Customer Satisfaction (X2) and Service Quality (X3) had a significant effect on Purchasing Decisions (Y) at Alfamart Bireuen with a significance value (sig) of $0.000 < 0.05$, so the alternative hypothesis (H_a) was accepted and the adjusted R2 value was 47.6%.

Keywords: *Promotion, Customer Satisfaction, Service Quality, Purchasing Decisions*