

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada Toko BM Stiker Cunda Lhokseumawe. Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Toko BM Stiker Cunda Lhokseumawe, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana yang diolah menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan nilai sebesar 12,242 lebih besar dari T_{tabel} (1,985). Indikator kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati dinilai mampu meningkatkan keyakinan konsumen dalam melakukan pembelian. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Toko BM Stiker, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kualitas layanan memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong keputusan pembelian pelanggan di Toko BM Stiker Cunda Lhokseumawe. Oleh karena itu, pihak pengelola toko disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan guna mempertahankan pelanggan serta meningkatkan pembelian ulang di masa mendatang.

Kata Kunci: Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on purchasing decisions at BM Stiker Cunda Lhokseumawe Store. Service quality is an important factor in creating customer satisfaction, which ultimately can influence purchasing decisions. This study uses a quantitative approach. The population in this study consists of all customers of BM Stiker Cunda Lhokseumawe Store, with a sample size of 100 respondents determined using purposive sampling technique. Data collection was conducted through a questionnaire with a Likert scale, while the data analysis technique used was simple linear regression analysis processed using the SPSS program. The results showed that service quality had a positive and significant effect on purchasing decisions. This was evidenced by the partial test (t-test) results, which showed a value of 12.242 greater than Ttable (1.985). Service quality indicators, which include physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, are considered capable of increasing consumer confidence in making purchases. The better the service quality provided by BM Stiker Store, the higher the consumer's purchase decision. The conclusion of this study is that service quality plays a very important role in encouraging customer purchase decisions at BM Stiker Store in Cunda Lhokseumawe. Therefore, store managers are advised to continue improving service quality in order to retain customers and increase repeat purchases in the future.

Keywords: Service Quality and Purchase Decision