

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Shawarma di UMKM Shawarma Sultan SM Raja. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai Adjusted R square yang diperoleh sebesar 0,243 menunjukkan bahwa 24,3% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan sedangkan 75,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, product quality, and service quality on purchasing decisions for Shawarma at UMKM Shawarma Sultan. The sample used in this study amounted to 96 respondents using purposive sampling technique. The data collection method used in this study was a questionnaire. The analytical tool used is multiple linear regression. The results of this study indicate that price, product quality, and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions. The Adjusted R square value obtained is 0.243 indicating that 24.3% of the purchasing decision variables are influenced by price, product quality, and service quality, while 75.7% is influenced by other variables.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Purchase Decision.