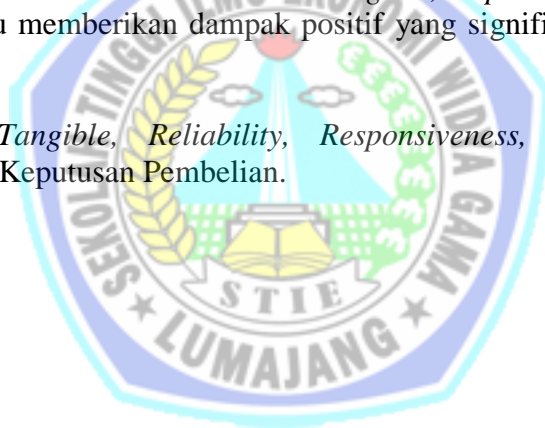


## ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan segala aktivitas yang dilakukan perusahaan dengan tujuan memenuhi harap dan keinginan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap keputusan pembelian di Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Selanjutnya, untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah didapatkan dari konsumen yang melakukan pembelian pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Dalam menentukan sampel menggunakan tehnik sampling insidental, yakni dengan jumlah responden sebanyak 60 responden. Data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang di analisis dengan menggunakan tehnik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *reliability* tidak memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. kemudian variabel *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* mampu memberikan dampak positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, Keputusan Pembelian.



## **ABSTRAK**

*Service quality is all activities carried out by the company with the aim of fulfilling the expectations and desires of consumers. This study aims to determine the effect of the dimensions of service quality tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy on purchasing decisions at the Basmalah Store, Tempeh District, Lumajang Regency. Furthermore, to find out which variables have the most influence on purchasing decisions at the Basmalah Store, Tempeh District, Lumajang Regency. The method used in this research is quantitative. The data obtained in this study were obtained from consumers who made purchases at the Basmalah Store, Tempeh District, Lumajang Regency. In determining the sample using incidental sampling technique, namely the number of respondents as many as 60 respondents. The data obtained by distributing questionnaires were analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The test results in this study indicate that the reliability variable does not have a significant positive impact on purchasing decisions. then the tangible, responsiveness, assurance, and empathy variables are able to have a significant positive impact on purchasing decisions.*

*Keywords: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Purchase Decision.*

