

ABSTRAK

Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, *klien*, mitra, dan masyarakat umum. Maka dengan demikian pemasaran akan berorientasi pada bagaimana menciptakan barang-barang dan jasa-jasa yang dapat memberikan kepuasan supaya konsumen mau membeli produk yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Wilayah Pasirian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dari para konsumen Indomaret Wilayah Pasirian. Dalam penentuan sampel menggunakan *sampling insidental* dengan jumlah responden sebanyak 60 responden. Data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan koefisien determinasi sebesar 52%, sedangkan sisanya 48% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keragaman produk merupakan faktor penting dalam peningkatan keputusan pembelian pada Indomaret pasirian. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Indomaret Wilayah Pasirian.

Kata kunci: kualitas pelayanan, keragaman produk dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Marketing is the activity and process of creating, communicating, delivering, and exchanging offering of value to customers, clients, partners and society at large. Then marketing will be oriented to how to create goods and services that can provide satisfaction so that consumers want to buy the products offered. This study aims to determine the effect of service quality on purchasing decisions in Indomaret area. The method used in this study is a quantitative method. The data obtained in this study were obtained from Indomaret consumers in the Pasirian regions. In determining the sample using incidental sampling with the number of respondents as many as 60 respondents. The data obtained by distributing questionnaires were analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The result of this study indicate that service quality and product diversity influence purchasing decisions with a coefficient of 52%, while the remaining 48% is influenced by other variables outside this study. The result of this study indicate that service quality and product diversity are important factors in increasing purchasing decisions at indomaret pasirian. The test results in this study indicate that the variables of service quality and product diversity have a simultaneous effect on purchasing decisions at Indomaret Pasirian area.

Keyword: Service quality, product diversity and purchase decisions

