

ABSTRAK

Toko perhiasan emas Sumber Mas merupakan suatu badan usaha penjualan perhiasan emas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Toko Sumber Mas menjual berbagai macam perhiasan emas seperti, gelang, cincin, kalung, dan liontin. Tidak hanya menjual perhiasan emas untuk orang dewasa saja, tetapi juga menyediakan perhiasan emas untuk anak-anak. Permasalahan pada penelitian ini adalah apakah variabel kualitas produk, harga, dan pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro. Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 responden dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Langkah analisis data terdiri dari uji instrument, uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji statistik. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial tidak berpengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian perhiasan emas, tidak berpengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian perhiasan emas, dan berpengaruh signifikan pelayanan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas. Secara simultan kualitas produk, harga, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas dengan koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,354 menunjukkan bahwa 35,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan pelayanan sedangkan sisanya 64,6% di pengaruhi variabel lain yang tidak di jelaskan dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya diharapkan bias menambah variabel lain dan toko lain.

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

ABSTRACT

Sumber Mas gold jewelry store is a business entity selling gold jewelry to meet the needs of the community. Sumber Mas store sells various kinds of gold jewelry such as bracelets, rings, necklaces, and pendants. Not only selling gold jewelry for adults, but also providing gold jewelry for children. The problem in this study is whether the variables of product quality, price, and service have a significant partial and simultaneous effect on purchasing decisions for gold jewelry at Sumber Mas Candipuro Stores. The method in this study is a quantitative method. The sample in this study amounted to 60 respondents using a questionnaire. The sampling technique used is probability sampling with simple random sampling technique. Rare data analysis consists of instrument test, classical assumption test, multiple linear regression and statistical test. The results showed that partially the product quality had no significant effect on gold jewelry purchasing decisions, price had no significant effect on gold jewelry purchasing decisions, and service significantly influenced gold jewelry purchasing decisions. Simultaneously product quality, price, and service have a significant effect on purchasing decisions for gold jewelry with a coefficient of determination (R Square) of 0.354 indicating that 35.4% of purchasing decisions are influenced by product quality, price, and service while the remaining 64.6% is influenced by other variables that are not explained in this study. Future researchers are expected to be able to add other variables and other stores.

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