

## Abstrak

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia, pekerjaan, keadaan ekonomi. Di dalam fungsi manajemen pemasaran, terdapat aktivitas analitis yang digunakan untuk mengeksplorasi pasar dan lingkungan pemasarannya, untuk menentukan besarnya peluang dan ancaman penangkapan pasar yang perlu ditangani. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko daging ayam H. Budi di Lumajang. Selanjutnya, untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko daging ayam H. Budi di Lumajang. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data yang diperoleh dari data konsumen pada toko daging ayam H. Budi di Lumajang. Dalam penentuan sampel menggunakan teknik sampel *slovin* dengan jumlah responden sebanyak 92 responden dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko daging ayam H. Budi di Lumajang. dengan tingkat koefisien determinan sebesar 0,606 Artinya bahwa harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 60,6%. Sedangkan sisanya ditunjukkan oleh nilai estimasi error yaitu 39,4%.

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

## **Abstact**

*Purchasing decisions are individual activities that are directly involved in making decisions to make purchases of products offered by sellers. A buyer's decision is also influenced by his personality traits, including age, occupation, economic circumstances. Within the marketing management function, there are analytical activities used to explore the market and its marketing environment, to determine the magnitude of market capture opportunities and threats that need to be addressed. This study aims to determine the effect of product quality, price, service quality on purchasing decisions at the H.Budi chicken meat shop in Lumajang. Furthermore, to find out which variables affect purchasing decisions at the H.Budi chicken meat shop in Lumajang. The type of research in this research is quantitative research. The data obtained from consumer data at the H. Budi chicken meat shop in Lumajang. In determining the sample using the Slovin sampling technique with the number of respondents as many as 92 respondents and analyzed using multiple linear regression analysis. The test results in this study indicate that the variables of product quality, price, service quality have an effect on purchasing decisions at the H. Budi chicken meat shop in Lumajang. with a determinant coefficient of 0,606 This means that the price and quality of the product can influence purchasing decisions by 60.6%. While the rest is indicated by the estimated error value of 39.4%.*

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