

## Abstrak

Spon flowers merupakan produk inovasi bunga tiruan atau bunga palsu yang diciptakan guna memenuhi kebutuhan keindahan sebagai pengganti bunga asli. Tanpa menggunakan bunga asli seseorang dapat menghias ruangnya sesuai yang di inginkan, oleh karena itu spon flowers menjadi alternatif bagi orang yang suka dengan keindahan agar dapat menikmati seperti nuansa pada aslinya dan meminimalisir tingkat pengeluaran. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian spon flowers (studi pada konsumen spon flowers lumajang). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, dan dalam penelitian ini banyaknya responden yang digunakan adalah 60 responden. Dengan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah tak terhingga dan teknik sampling yang digunakan adalah teknik *Purposive Sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda. Setelah dilakukan pengujian secara parsial atau uji t didapatkan hasil sebagai berikut : 1) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian spon flowers di Lumajang. 2) Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian spon flowers di Lumajang. 3) Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian spon flowers di Lumajang. 4) nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dihasilkan adalah 0,047 atau 4,7% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kualitas Promosi.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kualitas Promosi.**

## Abstrak

*Sponge flowers are an innovation product of artificial flowers or fake flowers that were created to meet the needs of beauty. Without using real flowers, one can decorate the room as desired, therefore sponge flowers are an alternative for people who like beauty so that they can enjoy the nuances of the original and minimize the level of expenditure. This study aims to determine how much influence the perception of service quality, product quality, and promotion has on purchasing decisions for sponge flowers (study on consumers of Lumajang sponge flowers). The research method used in this research is quantitative. Data were collected through questionnaires, and in this study the number of respondents used was 60 respondents. The population in this study is infinite and the sampling technique used is the purposive sampling technique. Hypothesis testing is done by using multiple regression analysis techniques. After partial testing or t-test, the following results were obtained: 1) the quality of service had no effect on the decision to purchase sponge flowers in Lumajang. 2) Product quality does not affect the purchase decision of sponge flowers in Lumajang. 3) Promotion does not affect the decision to buy sponge flowers in Lumajang. 4) the value of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) produced is 0.047 or 4.7% % of purchasing decisions can be explained by the variables of Service Quality, Product Quality, and Promotion Quality.*

**Keywords: Service Quality, Product Quality, and Promotion Quality.**