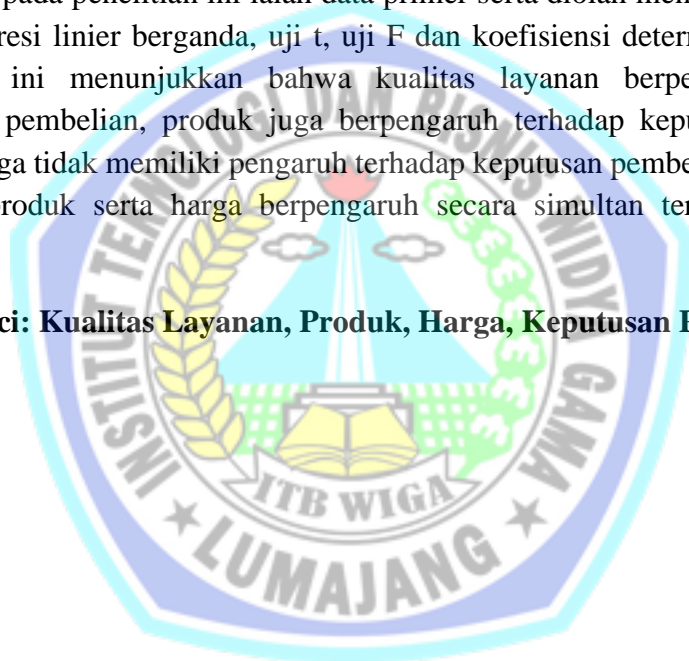


## ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh dari kualitas layanan, produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk doremi pizza *and* burger di Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang. Metode yang digunakan dalam penelitian kali ini ialah metode kuantitatif. Metode dalam penentuan sampel yang peneliti gunakan adalah jenis nonprobability sampling. Teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling dengan sampel berjumlah 60 responden yang telah memenuhi kriteria dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini ialah data primer serta diolah menggunakan metode analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisiensi determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian namun harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian serta kualitas layanan, produk serta harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

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



## **ABSTRACT**

*This study intends to analyze the effect of service quality, product and price on purchasing decisions for Doremi pizza and burger products in Klakah District, Lumajang Regency. The method used in this study is a quantitative method. The method in determining the sample that the researcher uses is non-probability sampling. The sampling technique used is accidental sampling with a sample of 60 respondents who have met the criteria with a significance level of 5%. The type of data used in this study is primary data and processed using multiple linear regression analysis methods, t test, F test and coefficient of determination. The results of this study indicate that service quality affects purchasing decisions, products also affect purchasing decisions but price has no influence on purchasing decisions and service quality, product and price simultaneously affect purchasing decisions.*

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

