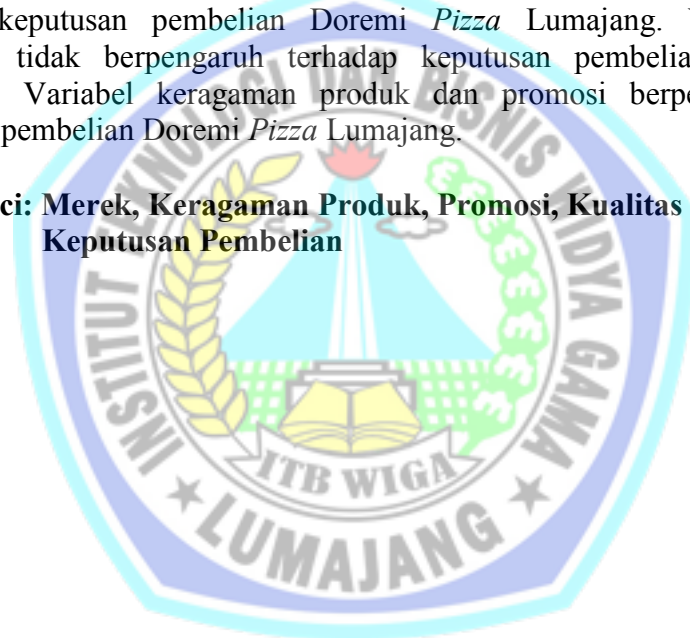


ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan menguji pengaruh dari variabel merek, keragaman produk, promosi dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembeli Doremi Pizza Lumajang. Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dengan lokasi penelitian yang digunakan adalah Doremi Pizza Lumajang. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dengan sumber data internal dan eksternal dari penyebaran kuesioner pada konsumen yang akan membeli di Doremi Pizza Lumajang. Populasi dalam penelitian ini sejumlah 40 pembeli Doremi Pizza di Lumajang. Metode pengambilan sampel menggunakan metode jenuh sehingga seluruh populasi di jadikan sampel sebanyak 40 sampel. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasi, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Doremi *Pizza* Lumajang. Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Doremi *Pizza* Lumajang. Variabel keragaman produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Doremi *Pizza* Lumajang.

Kata Kunci: Merek, Keragaman Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze and test the effect of brand, product variety, promotion and service quality variables partially on the decision of Doremi Pizza Lumajang buyers. This research uses a quantitative type with the research location used is Doremi Pizza Lumajang. The type of data used is primary data with internal and external data sources from distributing questionnaires to consumers who will buy at Doremi Pizza Lumajang. The population in this study were 40 Doremi Pizza buyers in Lumajang. The sampling method uses the saturation method so that the entire population is used as a sample of 40 samples. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, research instrument testing, classic assumption testing, hypothesis testing and coefficient of determination testing. The results of this study indicate that brand variables have no effect on purchasing decisions of Doremi Pizza Lumajang. The service quality variable has no effect on the purchasing decision of Doremi Pizza Lumajang. Variable product diversity and promotions influence the purchasing decision of Doremi Pizza Lumajang.

Keywords: Brand, Product Diversity, Promotion, Service Quality, Purchase Decision

