

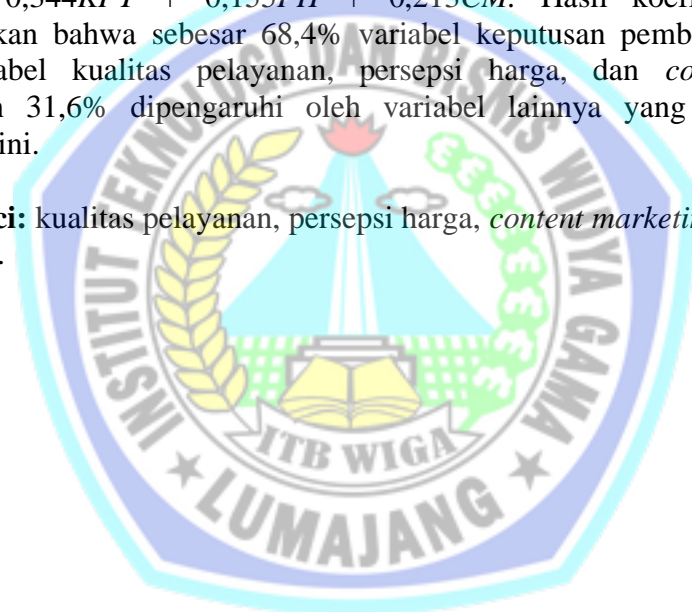
ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan *content marketing* terhadap keputusan pembelian jasa cuci sepatu di Bonadea Lumajang.

Metode penelitian: Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *accidental sampling*.

Hasil: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan *content marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa cuci sepatu di Bonadea Lumajang. Sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa cuci sepatu di Bonadea Lumajang. Hasil persamaan analisis regresi linier berganda pada penelitian ini adalah $KP = 6,260 + 0,344KPY + 0,155PH + 0,213CM$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 68,4% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan *content marketing*. Sedangkan 31,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak ada pada penelitian ini.

Kata kunci: kualitas pelayanan, persepsi harga, *content marketing*, dan keputusan pembelian.



ABSTRACT

Objective: This study aims to analyze the influence of service quality, price perception, and content marketing on the purchase decision of shoe washing services in Bonadea Lumajang.

Research method: This study is a type of quantitative research with a sample of 80 respondents. The sampling method used in this study is a non-probability sampling technique using an accidental sampling.

Results: The results of this study show that the variables of service quality and content marketing have a significant effect on the decision to purchase shoe washing services in Bonadea Lumajang. Meanwhile, price variables do not have a significant effect on the decision to buy shoe washing services in Bonadea Lumajang. The results of the multiple linear regression analysis equation in this study are $KP = 6.260 + 0.344KPY + 0.155PH + 0.213CM$. The results of the determination coefficient show that 68.4% of the purchase decision variables are influenced by the variables of service quality, price perception, and content marketing. While 31.6% was influenced by other variables that are not in this study.

Keywords: service quality, price perception, content marketing, and purchasing decisions.

