

ABSTRAKSI

RINI SEPTYVIANI. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian perhiasan emas (Studi Kasus Pada Toko Megah Indah Ciledug-Tangerang) (Pembimbing oleh I'in Endang Mardiani).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah membeli perhiasan emas di Toko Megah Indah Ciledug-Tangerang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan seleksi khusus.

Hasil penelitian ini berdasarkan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan bila secara parsial hanya variabel kualitas produk yang berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian serta variabel kualitas layanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas layanan, keputusan pembelian.

ABSTRACT

RINI SEPTYVIANI. Effect of Product Quality and Service Quality towards gold jewelery purchase decision (Case Study at Toko Megah Indah Ciledug-Tangerang) (Supervised by I'in Endang Mardiani).

This study aims to determine the effect of product quality and service quality to the purchasing decision. The analytical method used is multiple linear regression analysis.

The population in this study is that everyone who has ever bought gold jewelry shop Ciledug Megah Indah, Tangerang. The sampling method used is purposive sampling, ie sampling based on particular selection.

The results of this study based on multiple linear regression analysis showed that the variable quality of product and quality of service simultaneously positive and significant influence on purchasing decisions, while if only partially variable quality of product that negativ on purchasing decisions as well as variable quality of service is the most influential variable on buying decision.

Keywords: product quality, service quality, purchasing decisions.