

## ABSTRAK

**Muhammad Maulana**, 2021. *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Sales Kanvas Toko Dahlia*. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dra. Hj. Faridah, M.H.I

**Kata Kunci:** Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Penelitian dilatarbelakangi adanya pemasaran (*marketing*) sales yang dilakukan secara perorangan atau individu, dalam melakukan sangat dibutuhkan yang namanya skill dalam menjual terhadap barang-barang yang butuh para konsumen, sehingga dalam pemasaran dapat bersaing dengan sales-sales yang lebih besar seperti sales dari perusahaan yang sangat paham apa yang akan dilakukan dalam memasarkan produk maupun barang-barang untuk ditawarkan ke konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial maupun secara simultan pada variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di sales kanvas toko dahlia. Penelitian ini merupakan penelitian survei, teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner (angket, observasi dan dokumentasi yang dilakukan peneliti.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Non-Probability Sampling*, dengan pendekatan *Purposive Sampling*, teknik sampel yang digunakan peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam mengambil sampel yang berjumlah 30 orang. Teknik pengambilan yang dipakai adalah pendekatan kuantitatif, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan tahapan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Dibuktikan dengan uji T, uji F dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan bantuan SPSS *for windows* 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Secara parsial pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian disales kanvas toko Dahlia. Variabel harga memberikan pengaruh sebesar 0,568 terhadap keputusan pembelian disales kanvas toko dahlia. Variabel promosi memberikan pengaruh sebesar 0,395 terhadap keputusan pembelian disaleskanvas toko dahlia. Variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 0,524 terhadap keputusan pembelian disales kanvas toko dahlia. 2) Secara simultan yang terdiri dari harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian disales kanvas toko dahlia sebesar 0,505.