

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. TANGGUL MAS LAMONGAN**

**Ziyadatul Ilma<sup>1</sup>, Moh Azus Shony Azar<sup>2</sup>, Martha Laila Arisandra<sup>3</sup>**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Darul Ulum Lamongan  
E-mail : ziyadatulilma1@gmail.com**

### **ABSTRAK**

Permasalahan yang diketahui berkaitan dengan keputusan pembelian pada CV. Tanggul Mas Lamongan adalah terjadi fluktuasi penjualan dalam kurun waktu empat tahun terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada CV. Tanggul Mas yang ada di Jl. Raya Karanggeneng Desa Ngembet Banjarmadu Kabupaten Lamongan. Penelitian ini bersifat survey dengan penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel penelitian ini adalah 98 responden yang membeli peralatan bahan bangunan pada CV. Tanggul Mas. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis serta uji koefisien determinasi  $R^2$ . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} 2,416 > t_{tabel} 1,661$ . Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} 3,962 > t_{tabel} 1,661$ . Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} 1,776 > t_{tabel} 1,661$ . Sedangkan uji F Secara bersama-sama kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} 77,737 > F_{tabel} 2,70$ .

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.**

### **ABSTRACT**

Known problems related to purchasing decisions on CV. The Lamongan Mas Tanggul is a fluctuation in sales in the last four years. This study aims to determine the effect of service quality, price and product quality on purchasing decisions on CV. Tanggul Mas on Jl. Raya Karanggeneng Ngembet Banjarmadu Village, Lamongan Regency. This research is a survey with quantitative research. The population and sample of this study were 98 respondents who bought building material equipment on the CV. Tanggul Mas. Data collection techniques using interviews and questionnaires. Analysis of the data used is validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing and test coefficient of determination  $R^2$ . The results of this study indicate that partially service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, this is evidenced by the value of tcount  $2.416 > t$  table  $1.661$ . Price has a positive and significant effect on purchasing decisions, this is evidenced by the value of tcount  $3.962 > t$  table  $1.661$ . Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, this is evidenced by the value of  $1.776 > t$  table  $1.661$ . While the F test Together the quality of service, price and product quality have a significant influence on purchasing decisions, this is evidenced by the value of F count  $77.737 > F$  table  $2.70$ .

**Keyword: Quality service, Price, Quality product, The buyer's decision.**