

ABSTRAK

Ahmad Nur Irfan. NIM: 1420210331. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Kaffah Muslim Store Pati. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah. IAIN Kudus 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Kaffah Muslim Store Pati. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Kaffah Muslim Store Pati. Untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Kaffah Muslim Store Pati. Jenis penelitian ini adalah *field research* yaitu pengumpulan data dan informasi yang bersumber dari lapangan atau objeknya dan dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Jumlah sampel penelitian adalah 89 responden. Metode pengumpulan data dengan menyebarkan angket. Teknik analisis data meliputi uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Kaffah Muslim Store Pati berdasarkan perhitungan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,137 > 1,988$), artinya semakin tinggi promosi, maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Kaffah Muslim Store Pati berdasarkan perhitungan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($3,877 > 1,988$), artinya semakin baik pelayanan yang diberikan, maka keputusan pembelian semakin meningkat. Terdapat Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Kaffah Muslim Store Pati berdasarkan perhitungan t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,857 > 1,988$), artinya semakin sesuai harga yang ditawarkan, maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.

Kata Kunci : *Promosi, Kualitas Pelayanan, Harga*