

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FRIED
CHICKEN BROTTUS

Penelitian ini dilakukan pada Fried Chicken BrotusSubyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di Fried Chicken Brotus sebagai obyek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian; 2) Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan; 3) Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Fried Chicken Brotus.

Kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan layanan untuk kepuasan konsumen.

Kualitas Produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk secara keseluruhan.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sementara ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya/pengeluaran.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah datang dan melakukan pembelian di Fried Chicken Brotus dengan teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Rao Purba. Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Kemudian data responden dianalisis

menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t dan uji f yang dilakukan dengan menggunakan program SPS versi 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikan sebesar $0,014 < 0,05$ %; 2) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikan sebesar $0,537 > 0,05$ atau $0,05$; 3) harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ atau $0,05$.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Fried Chicken Brottus. Secara simultan kualitas layanan kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Fried Chicken Brottus.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.