

**PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDY KASUS PENGGUNA DI RUMAH MAKAN MIE AYAM DANA)**

ABSTRAK

**Oleh:
Davit Setiawan**

**Dosen Pembimbing
Nurul Hidayati,SE.MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang berlokasi di R.M mie ayam dana. Penelitian ini termasuk jenis penelitian eksplanatori dengan menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan adalah 96 responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis sampel purposiv sampling. Adapun cara pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner penelitian menggunakan teknik pengukuran skala likert. Setelah itu data diolah dengan menggunakan program SPSS tipe 23. Penelitian ini diukur dengan menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan analisis tersebut maka diperoleh hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh signifikan dengan nilai signifikan 0,000 dan kualitas produk dengan nilai signifikan 0,003.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Pelayanan, dan Kualitas Produk

***THE IMPACT OF SERVICE AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING
DECISION MAKING AT MI AYAM DANA RESTOURANT***

ABSTRACT

By:
Davit Setiawan

Instructor
Nurul Hidayati,SE.MM

This research aims to identify service and product quality on purchasing decision making at mie ayam dana restaurant. This research is explanatory research with quantitative method. The research sample was taken by 96 respondents. The sampling method in this research used purposive sampling technique. Data was collected by spreading questionnaire and was measured with likert scale technique. Then data was processed in SPSS 23. This research was measured using double regression analysis. It is based on the analysis. This research showed that service had significant impact on purchasing decision making with significant value was 0,000 and product quality had significant impact on purchasing decision making with significant value was 0,003.

Key Words: *Purchasing decision making, Service, and Product quality*