

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada anggota KPRI syariah AL-Ikhlas sumenep. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Populasi dari penelitian ini adalah anggota dari KPRI Syariah Al-Ikhlas Sumenep dan sampel yang diambil sebanyak 90 anggota. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling yang merupakan salah satu jenis probability sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan observasi, kuesioner dan wawancara. Pengujian data menggunakan uji Validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis yang meliputi uji t, uji f dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan pembelian.

Kata kunci: Koperasi, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and promotion on purchasing decisions of members of KPRI Syariah AL-Ikhlas Sumenep. This study uses a quantitative method. The population of this study were members of KPRI Syariah Al-Ikhlas Sumenep and the sample taken was 90 members. The sampling technique used simple random sampling which is a type of probability sampling. Data collection techniques in the study used observation, questionnaires and interviews. Data testing used Validity tests, reliability, classical assumption tests, multiple linear regression analysis and hypothesis tests which included t-tests, f-tests and coefficients of determination (R^2). The results of the study indicate that the service quality variables and promotion variables have a positive and significant effect both partially and simultaneously on purchasing decisions.

Keywords: Cooperatives, Service Quality, Promotion, Purchasing Decisions.