

## ABSTRAKSI

Membangun persepsi dapat dilakukan melalui produk, pelayanan, harga, promosi dan tempat yang ditawarkan. Produk yang bermerek dan berkualitas dapat menarik konsumen untuk membelinya. Mengingat bahwa semakin berkembangnya jaman dan teknologi di berbagai bidang serta adanya tanggapan bahwa produk yang berkualitas bagus dapat digunakan untuk jangka waktu lama, ini berarti bahwa konsumen akan membeli produk yang berkualitas dan bermerek dibandingkan dengan produk yang tidak berkualitas dan tidak bermerek. Dengan anggapan bahwa apabila menggunakan produk yang bermerek dan berkualitas, maka kita akan terjamin terhadap kualitas produk tersebut. Selain itu pelayanan, harga, promosi, dan tempat juga akan mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya harga yang rendah, promosi yang baik, tempat yang nyaman, dan pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, karena merasa puas maka konsumen tersebut akan kembali untuk membeli produk tersebut.

Dari 50 sampel yang diperoleh dan diolah dengan analisis regresi berganda diperoleh nilai  $R = 0,764$ , sedangkan koefisien korelasi parsial antara  $X_1$  dengan  $Y$  adalah sebesar 0,699 yang berarti bahwa keeratan hubungan antara variabel  $X_1$  dengan  $Y$  adalah sebesar 69,9%, koefisien korelasi parsial antara  $X_2$  dengan  $Y$  adalah sebesar 0,316 yang berarti bahwa keeratan hubungan antara variabel  $X_2$  dengan  $Y$  adalah sebesar 31,6%, koefisien korelasi parsial antara  $X_3$  dengan  $Y$  adalah sebesar 0,104 yang berarti bahwa keeratan hubungan antara variabel  $X_3$  dengan  $Y$  adalah sebesar 10,4%, koefisien korelasi parsial antara  $X_4$  dengan  $Y$  adalah sebesar 0,062 yang berarti bahwa keeratan hubungan antara variabel  $X_4$  dengan  $Y$  adalah sebesar 6,2%, dan koefisien korelasi parsial antara  $X_5$  dengan  $Y$  adalah sebesar 0,040 yang berarti bahwa keeratan hubungan antara variabel  $X_5$  dengan  $Y$  adalah sebesar 4,0%. Nilai koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) sebesar 0,583. Kedua variabel independen yaitu kualitas produk dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji  $F$  di mana  $F_{hitung} (12,305) > F_{tabel} (2,427)$ . Selain itu juga diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel  $X_1$  (6,486) dan  $X_2$  (2,206) lebih besar daripada nilai  $t_{tabel}$  (2,015); ini menunjukkan pengaruh signifikan antara variabel-variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen sedangkan untuk  $X_3$  (0,694),  $X_4$  (0,412), dan  $X_5$  (0,263) ini menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan antara variabel-variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, tetapi yang paling signifikan dan dominan adalah variabel  $X_1$  (kualitas produk).