

AGNES FEBRIYONO, 18110124

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MC DONALD'S GRAHA FAMILY
SURABAYA**

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2022

**Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan
Pembelian**

Era globalisasi membuat gaya hidup masyarakat terus meningkat, dimana gaya hidup yang serba praktis serta efisien membuat banyak masyarakat menginginkan akurasi serta kecekatan dalam bermacam perihal. Salah satunya konsumsi santapan serta minuma fast food, untuk itu diperlukan promosi dan kualitas pelayanan agar konsumen tetap menjadi pelanggan, demikian pula yang dilakukan oleh MC Donald's Graha Family Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Mc Donald's Graha Family Surabaya, 2) Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Mc Donald's Graha Family Surabaya, 3) Mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama keputusan pembelian Mc Donald's Graha Family Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden (menggunakan rumus Ferdinand 2006)

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa, variable Promosi (X1) memiliki hubungan yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Nilai t-hitung variable Promosi (X1) sebesar $3.178 > 2.011$ dengan nilai signifikansi sebesar $0.003 < 0.05$ dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki hubungan yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Nilai t-hitung variabel Keputusan Pembelian (X2) sebesar $3.747 > 2.011$ dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Secara simultan, Promosi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Nilai f-hitung $47.169 > 0.0416$ dengan signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dengan nilai koefisien determinasi sebesar 66.7%.

KATA PENGANTAR