

ABSTRAK

GUNTUR MACHBUL, 20111012

PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN PADA CV EMINDO SURABAYA

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2025

Kata Kunci : Promosi, Pelayanan dan Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan CV Emindo Surabaya. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lamshow* sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan instrumen SPSS versi 31.

Berdasarkan Hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X1) secara parsial memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (Y) hal ini dapat diperkuat dengan hasil dari nilai t hitung sebesar $3,769 > 2,007$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ variabel pelayanan (X2) secara parsial memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (Y) hal ini dapat diperkuat dengan uji t hitung mendapatkan nilai sebesar $4,562 > 2,007$ dengan tingkat signifikansi secara $0,001 < 0,05$ simultan variabel promosi (X1) dan pelayanan (X2) memiliki hubungan signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (Y) hal ini dapat diperkuat dengan hasil dari nilai uji f hitung sebesar $58,813 > \text{nilai } f \text{ tabel } 3,09$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$.