

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KORAN RADAR  
(Studi pada Kantor Radar Kabupaten Kaur)**



**SKRIPSI**

**OLEH**

**BURLIAN  
NPM. 18040140**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DEHASEN  
BENGKULU  
2022**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KORAN RADAR  
(Studi pada Kantor Radar Kabupaten Kaur)**

**Oleh:**

**Burlian<sup>1)</sup>**

**Oni Yulianti dan Nenden Restu Hidayah<sup>2)</sup>**

**RINGKASAN**

Berbagai pendekatan dilakukan untuk mendapatkan simpati konsumen baik melalui peningkatan sarana dan prasarana yang memiliki fasilitas berteknologi tinggi maupun dengan pengembangan sumber daya manusia serta kualitas produk yang ditawarkan atau dijual. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian koran radar pada Kantor Radar Kabupaten Kaur.

Sampel dalam penelitian ini 67 pelanggan koran Radar di kabupaten Kaur. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis.

Hasil analisis regresi menunjukkan  $Y = 1,515 + 0,243X_1 + 0,314 X_2 + 0,406X_3$ . Hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh positif antara  $X_1$  (harga),  $X_2$  (kualitas pelayanan) dan  $X_3$  (kualitas produk) terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya apabila variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk meningkat maka akan meningkatkan keputusan pembelian karyawan. Besarnya koefisien determinasi sebesar 0,731. Hal ini berarti bahwa  $X_1$  (harga),  $X_2$  (kualitas pelayanan) dan  $X_3$  (kualitas produk) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 73,1% sedangkan sisanya 26,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t pada taraf signifikansi 0,05 menjelaskan bahwa secara parsial (individu) variabel kualitas pelayanan, hargadan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hasil uji F pada taraf signifikansi 0,05 menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan, hargadan kualitas produk memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian konsumen karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05.

**Kata Kunci:** Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

1) Calon Sarjana Ekonomi (Manajemen)

2) Dosen Pembimbing