

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN
TENUN LURIK KURNIA DI SEWON BANTUL**

SRI LESTARINI NURANINGTYAS

NIM. 141150269

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[\(nuraningtyasln@yahoo.com\)](mailto:nuraningtyasln@yahoo.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tenun Lurik Kurnia di Sewon Bantul. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode survey. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* dan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Tenun Lurik Kurnia di Sewon Bantul pada tingkat signifikansi $0.00 < 0.05$ dan nilai R^2 sebesar 0.507, artinya 50,7% variabel dari keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi) dan sisanya 49,3% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini. Secara parsial, ketiga variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Tenun Lurik Kurnia di Sewon Bantul.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian.