

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja pemasaran dalam perusahaan yang dikembangkan oleh BUMDes Amartha Semboro dengan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Keripik Pepaya BUMDes Amartha. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan jumlah sampel adalah 85 responden yaitu konsumen yang sedang berkunjung atau telah melakukan pembelian pada produk Keripik Pepaya Bumdes Amartha dengan menggunakan metode *random sampling*. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel} = -0,930 < 1,993$ , sedangkan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel} = 4,588 > 1,993$  dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} = 3,160 > 1,993$ .

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian**



## ABSTRACT

This study aims to analyze marketing performance within the company developed by BUMDes Amarta Semboro by analyzing the effect of service quality, product quality, and price on purchasing decisions on Amarta BUMDes Papaya Chips. The data analysis technique in this study used multiple linear regression tests with data collection using a questionnaire. This research method is descriptive quantitative. The sample used in this study is primary data with a total sample of 85 respondents, namely consumers who are visiting or have purchased Bumdes Amarta Papaya Chips products using a random sampling method. The results of this study indicate that the service quality variable has no effect on purchasing decisions with a  $t_{count} < t_{table} = -0.930 < 1.993$ , while product quality has an effect on purchasing decisions with a  $t_{count} > t_{table} = 4.588 > 1.993$  and prices affect purchase decisions with a  $t_{count} > t_{table} = 3.160 > 1.993$ .

**Keywords : Quality of Service, Quality of Products, Price, Purchasing Decision**

