

ABSTRAK

Sovie, 181010213, 2022, Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Jaco Nusantara Mandiri, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si., Pembimbing II: Dr. Hengky Kosasih BA (Hons), M.M., MBA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Jaco Nusantara Mandiri, mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Jaco Nusantara Mandiri, mengetahui pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Jaco Nusantara Mandiri.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada seluruh cabang perusahaan selama periode 2020 sebanyak 4.622 konsumen. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 12,452 + 0,366 Perilaku Konsumen + 0,313 Kualitas Pelayanan + e.**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Perilaku Konsumen memiliki nilai t_{hitung} (5,435) > t_{tabel} (1,985) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Jaco Nusantara Mandiri. Hasil analisis menunjukkan Kualitas Pelayanan memiliki nilai t_{hitung} (4,241) > t_{tabel} (1,985) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Jaco Nusantara Mandiri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Jaco Nusantara Mandiri berdasarkan nilai F_{hitung} (27,744) > F_{tabel} (3,07) dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Jaco Nusantara Mandiri. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai *R Square* (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,364 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan sebesar 36,4% sedangkan sisanya 63,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti persepsi nilai, kualitas produk, harga, kepuasan dan berbagai variabel lainnya.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Sovie, 181010213, 2022, The Influence of Consumer Behavior and Service Quality on Purchase Decisions at PT. Jaco Nusantara Mandiri, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Sc., Advisor II: Dr. Hengky Kosasih BA (Hons), M.M., MBA.

This study aims to determine the effect of consumer behavior on purchasing decisions at PT. Jaco Nusantara Mandiri, knowing the effect of Service Quality on Purchase Decisions at PT. Jaco Nusantara Mandiri, knowing the influence of Consumer Behavior and Service Quality on Purchase Decisions at PT. Jaco Nusantara Mandiri.

The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all consumers who made purchases at all branches of the company during the 2020 period as many as 4,622 consumers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the number of samples obtained is 100 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation of Purchase Decision = $12,452 + 0.366 \text{ Consumer Behavior} + 0.313 \text{ Service Quality} + e$.

The results of the research analysis show that Consumer Behavior has a value of $t_{count} (5.435) > t_{table} (1.985)$ with a significant level of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that there is a partially significant positive influence between Consumer Behavior on Purchase Decisions at PT. Jaco Nusantara Mandiri. The results of the analysis show that Service Quality has a value of $t_{count} (4.241) > t_{table} (1.985)$ with a significant level of $0.000 < 0.05$ so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Service Quality on Purchasing Decisions at PT. Jaco Nusantara Mandiri.

The results showed that consumer behavior and service quality had a positive and significant effect on purchasing decisions at PT. Jaco Nusantara Mandiri based on the value of $F_{count} (27.744) > F_{table} (3.07)$ with a significance of $0.00 < 0.05$ so it can be concluded that there is a significant influence between Consumer Behavior and Service Quality simultaneously on Purchase Decisions at PT. Jaco Nusantara Mandiri. The results of this study are supported by the value of R Square (R^2) or the coefficient of determination obtained is 0.364, meaning that the Purchasing Decision variable can be explained by the variable Consumer Behavior and Service Quality of 36.4% while the remaining 63.6% is influenced by other factors originating from outside this research model such as perceived value, product quality, price, satisfaction and various other variables.

Keywords: *Consumer Behavior, Service Quality, Purchase Decision.*