

ABSTRAK

ANUGRAH ANNUR, 2024. Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada toko elektronik maxi store sultan alauddin makassar. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh: Buyung Romadhoni dan Aulia.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian produk elektronik pada Maxi Store Sultan Alauddin Makassar. Sampel ini diambil dari Maxi Store Sultan Alauddin Makassar. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan pembagian kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer dan data sekunder. Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kepustakaan. Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 26 mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian produk elektronik pada Maxi Store Sultan Alauddin Makassar yang telah dibahas sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan yaitu kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel kualitas pelayanan dan promosi secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk elektronik. Kualitas pelayanan lebih di tingkatkan lagi dan cakupan sebaran promosi lebih luas lagi sebab kedua hal ini menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, promosi, keputusan pembelian