

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KUALITAS PEMBELIAN MIE ACEH JAMBOE RAYA BANDAR LAMPUNG

Oleh :

Fedian Galang Karnadi

Wisata kuliner merupakan salah satu bentuk wisata yang berkembang saat ini. Semakin berkembangnya industry makanan dan minuman maka semakin meningkat juga jumlah pengusaha di bidang kuliner. Hal ini mengharuskan pengusaha memiliki ide-ide yang inovatif dan kreatif untuk menciptakan aneka makanan dan minuman yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen serta menentukan strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan wisata kuliner. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tangibles(X1), reliability(X2), responsiveness(X3), assurance (X4) dan Emphaty(X5) terhadap Keputusan Pembelian(Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ke Warung Mie Aceh Jamboe Raya. Sampel dipilih dengan teknikone sample random sampling. Alat analists yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan penggunaan hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty dan Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON THE PURCHASE QUALITY OF MIE ACEH JAMBOE RAYA BANDAR LAMPUNG

By:
Fedlan Galang Karnadi

Culinary tourism is one form of tourism that is developing at this time. The development of the food and beverage industry also increases the number of entrepreneurs in the culinary sector. This requires entrepreneurs to have innovative and creative ideas to create various foods and drinks that can satisfy the needs of consumers and determine marketing strategies in order to win the competition. The objective of this study was to determine the effect of tangibles (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4) and empathy (X5) on purchase decision (Y). The type of the research was the quantitative research with the associative research method. The sample used in the study was all customers who visited Wurung Mie Aceh Jamboe Raya. The sample was selected by using the sample random sampling technique. The analytical tool used was the multiple linear regression analysis and the hypothesis testing used the t-test and F-test. The results of this study found that the variables of tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy affected on the purchase decisions.

Keywords: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Purchase Decisions.

