

ABSTRAK

Wedding Organizer merupakan organisasi yang secara sistematis menyusun suatu acara pernikahan untuk kepentingan tertentu, agar tercipta keharmonisan di dalamnya. Dengan adanya *Wedding Organizer* dimana membantu pihak keluarga maupun pengantin yang tidak memiliki banyak waktu untuk mengurus sendiri acaranya dengan segala hal yang di idamkan dari mulai penyedia jasa pesta (*vendor*) yang di serahkan seluruhnya ada *Wedding Organizer*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun secara parsial.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan studi kasus dimana populasi diambil dari konsumen Rins deris *wedding package*, dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dalam pengambilan sampel. Sampel yang dijadikan penelitian sebanyak 100 orang konsumen. Pengujian data melalui uji validitas dan reliabilitas, sedangkan Pengolahan data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, pengujian hipotesis.

Berdasarkan pengujian analisis statistic diperoleh hasil harga memiliki keeratan hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi dan pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Berdasarkan pengujian analisis statistic diperoleh hasil kualitas pelayanan memiliki keeratan hubungan yang cukup kuat dengan keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi dan pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Secara simultan, hasil perhitungan koefisien korelasi berganda (R) harga dan kualitas pelayanan memiliki keeratan hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi dan hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) dari harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Wedding Organizer is an organization that is systematically preparing a wedding for specific purposes, in order to create harmony in it. With the Wedding Organizer which helps families and bridal parties who do not have much time to take care of his own show with all things in the desire of the party began service providers (vendors) who submitted a total of Wedding Organizer.

The purpose of this research is to know how to influence the price and quality of service on purchasing decisions either simultaneously or partially.

This research uses descriptive and verification method with a case study approach where the population is taken from consumers Rins rustle wedding package, using the technique of Non-Probability Sampling in sampling. Samples taken as many as 100 people consumer research. Testing data through validity and reliability, while the data processing is done by multiple linear regression analysis, the correlation coefficient, coefficient of determination, hypothesis testing.

Based on statistical analysis of test results obtained closeness prices have a strong connection with the purchase decision. The coefficient of determination and partial hypothesis testing showed that prices significantly influence the purchase decision variables. Based on statistical analysis of test results obtained closeness of service quality has a strong enough relationship with purchasing decisions. The coefficient of determination and partial hypothesis testing showed that service quality significantly influence the purchase decision variables. Simultaneously, the results of calculation of multiple correlation coefficient (R) price and quality of service have a strong closeness of the relationship with the purchasing decision. The coefficient of determination and the results of simultaneous hypothesis test shows that there is significant influence together (simultaneously) on the price and quality of service on purchasing decisions

Keywords: Price, Quality of Service and Purchase Decision