

## ABSTRAKSI

**Judul Penelitian : Pengaruh Cita Rasa, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Mbah Koplak Sambel Korek Nganjuk**

**Dosen Pembimbing (I) : Bayu Pramutoko, SE,MM.**

**Dosen Pembimbing (II) : Agung Pambudi Mahaputra, S.E.,M.M**

**Peneliti : Yuli Septianingsih/17130210167**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Cita Rasa, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Mbah Koplak Sambel Korek. Adapun variabel penelitian adalah cita rasa ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) dan keputusan pembelian ( $Y$ ). Lokasi penelitian di Warung Mbah Koplak Sambel Korek Nganjuk. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner, studi pustaka dan wawancara. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan menggunakan uji hipotesis menggunakan program *software* SPSS versi 16.

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi linear berganda Uji t menunjukkan bahwa cita rasa ( $X_1$ ) tidak memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan variabel promosi ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikan untuk variabel  $X_1$   $0,912 > 0,05$ , variabel ( $X_2$ )  $0,001 < 0,05$ , variabel ( $X_3$ )  $0,003 < 0,05$ . Uji F menunjukkan bahwa variabel cita rasa ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. ditunjukkan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Uji korelasi menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,537 artinya variabel cita rasa ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) memiliki hubungan kuat. Variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel promosi.

**Kata kunci : Cita Rasa, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian**