

## ABSTRAK

Judul Penelitian	: <b>Pengaruh Interaksi Pelanggan, Strategi Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Kawa Inti Medika</b>
Dosen Pembimbing 1	: Dr. Nur Hidayati, S.E., M.M., CSRS., CSRA
Dosen Pembimbing 2	: Ririn Wahyu Arida, S.E., M.M
Nama Mahasiswa	: Satrio Wisnu Riadi
NPM	: 20.13021.0375

## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan Kawa Inti Medika. Jenis Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Tujuan diadakan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: (1) Pengaruh Interaksi Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian, (2) Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian, (3) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian, (4) Pengaruh Interaksi Pelanggan, Strategi Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Perusahaan Kawa Inti Medika. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti adalah Sampel Jenuh dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Teknik analisis yang digunakan, yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis yang terdiri dari analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji R<sup>2</sup>. Hasil dari penelitian ini adalah (1) Interaksi Pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara parsial (2) Strategi Promosi tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian secara parsial (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara parsial, (4) Interaksi Pelanggan, Strategi Promosi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif secara simultan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci** : Interaksi Pelanggan, Strategi Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian