

## **ABSTRACT**

*This research has purpose to analyze the influence of Service Quality, Product Quality, Price Perception and Promotion toward Purchase Decision as a study of Tally.ERP product in Indonesia. Data were taken from survey conducted on customers of PT. XYZ. The customers population are 522 customers and using the formula of Multivariat Data Anaylsis taken sample of 270 respondents with criteria customers who has become customers for at least 1 (one) last year. Data obtained from survey questionnaires was analyzed using SPSS. The statistical method applied for this research is linier regression with 4 (four) independent variables (Service Quality, Product Quality, Price Perception and Promotion) and 1 (one) dependent variables (Purchase Decision). The study findings indicate that the Service Quality, Product Quality, Price Perception and Promotion by individually or together given the positive influence and significantly toward the Purchase Decision of Tally.ERP product where Promotion become the most dominan factor for the Purchase Decision.*

**Keywords** : Service Quality, Product Quality, Price Perception, Promotion, Purchase Decision



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian sebagai suatu studi terhadap produk Tally.ERP di Indonesia. Data penelitian ini diambil dari survei yang dilakukan terhadap para pelanggan PT. XYZ. Populasi pelanggan adalah 522 pelanggan dan dengan menggunakan rumus Multivariat Data Analysis diambil sampel sebanyak 270 responden dengan kriteria telah menjadi pelanggan minimal untuk 1 (satu) tahun terakhir. Data yang diperoleh dari kuesioner survei diolah menggunakan SPSS. Metode statistik yang digunakan pada penelitian ini adalah Regresi Linier dengan 4 (empat) variabel independen yakni Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi dan 1 (satu) variabel dependen yakni Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan menunjukan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian atas produk Tally.ERP di mana Promosi menjadi yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

