

ABSTRAK

Penjualan emas di toko emas sedyamulya pada tahun 2019 mengalami jumlah penurunan penjualannya yang artinya konsumen tidak melakukan keputusan di toko emas Sedyamulya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Toko Emas Sedyamulya. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada toko emas Sedyamulya di Karangawen Jawa Tengah. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah 100 konsumen. Sampel yang digunakan adalah 50 sampel melalui metode *Probability sampling* dengan *sample random sampling*. Metode analisis yang digunakan yakni analisis regresi berganda dengan memakai bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, promosi, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.





FEB UNDIP