

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian 123 design and photography dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian 123 Design and Photography.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan 123 Design and Photography yang diambil sebanyak 92 responden dengan menggunakan teknik *purpose sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan responden yang sudah pernah membeli produk 123 Design and Photography. Ini dimaksudkan agar responden benar – benar paham dengan produk 123 Dissign and photography.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :
 $Y = 0,015 X_1 + 0,220 X_2 + 0,362 X_3 + e$. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan terdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel promosi dengan koefisien regresi sebesar 0,362, lalu kualitas layanan dengan koefisien regresi sebesar 0,220. Sedangkan variabel yang berpengaruh positif tetapi tidak signifikan adalah kualitas produk yaitu 0,015. Studio foto 123 Design and Photography perlu mempertahankan faktor – faktor yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata-kata kunci: kualitas produk, kualitas layanan, promosi, keputusan pembelian.