

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian khususnya pada Rootee Advertising. Rootee Advertising adalah usaha dibidang bisnis periklanan dan juga merambah pada usaha percetakan yang pertama berdiri di Nusa Tenggara Timur Kabupaten Rote Ndao.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal asosiatif dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Rootee Advertising. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Sampel penelitian ini berjumlah 112 responden. Penelitian ini menggunakan jenis data subjek (*Self-Report Data*), yaitu jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian. Teknis analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 26.

Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, variabel harga dan variabel promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rootee Advertising. Oleh karena itu Rootee advertising harus selalu meningkatkan kualitas pelayanan, memperhatikan harga, dan menyesuaikan promosi yang dilakukan karena terbukti bahwa kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of service quality, price, and promotion on the purchasing decisions at Rootee Advertising. It is an advertising business and the first printing business located in Nusa Tenggara Timur, Rote Ndao Sub-district.

The research was causal-associative with a quantitative approach. Moreover, the population was consumers who had bought products at Rootee Advertising. The data collection technique used non-probability sampling. In line with that, there were 112 respondents. Furthermore, the data were Self-Report in the form of opinion, behavior, experience, or person or group characteristics. The data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 26.

The result concluded that service quality had a significant effect on purchasing decisions at Rootee Advertising. Likewise, the price had a significant effect on purchasing decisions at Rootee Advertising. Similarly, the promotion had a significant effect on purchasing decisions at Rootee Advertising. Therefore, the business had to increase service quality, consider prices, and adjust promotions.

**Keywords:** Service Quality, Price, Promotion, Purchasing Decisions