

ABSTRACT
THE EFFECT OF PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON PURCHASE
DECISION OF ROCCOS PRODUCTS

***Abstract :** The purpose of this research is to find out whether promotion and service quality affect on purchase decision of Roccas products. Data source that is used is primary data. Primary data is obtained from questionnaires that are distributed to all of Roccas consumers and people who have ever heard Roccas that are obtained from all of 35 total population. The research approach that is used in this research. The finding of this research is: $Y = 3.178 + 0.298 X_1 + 0.334 X_2 + e$. The results of the research shows that promotion variable does not have effect on purchase decision of Roccas product so the first hypothesis states that promotion has effect on purchase decision is rejected and service quality has effect on purchase decision on Roccas company so the second hypothesis states that service quality effect on purchase decision can be accepted. It is expected that Universitas Ciputra be able encourage more students to increase entrepreneur's creativity and ability so that can be applied in real world and suggest for the research is expected to look for and collect data more interactive directly with respondents so that can obtain maximal and valid result.*

***Keyword:** promotion, service quality, and purchase decision*

Abstrak : Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Roccas. Sumber data yang digunakan yaitu data primer. Data primer diperoleh dari kuisioner yang disebar kepada seluruh konsumen Roccas dan orang yang pernah mendengar Roccas yang didapatkan dari seluruh jumlah populasi sebanyak 35 orang Pendekatan penelitian yang di gunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Temuan penelitian ini adalah : $Y = 3,178 + 0,298 X_1 + 0,334 X_2 + e$. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk roccos sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian ditolak dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada perusahaan roccos sehingga hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat diterima. Diharapkan Universitas Ciputra mampu lebih mendorong mahasiswa untuk meningkatkan kreatifitas dan kemampuan entrepreneur agar dapat diterapkan di dunia nyata dan saran bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan untuk mencari dan mengumpulkan data lebih berinteraksi langsung dengan responden sehingga dapat memperoleh hasil yang maksimal dan valid.

Kata Kunci : promosi, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian