

ABSTRAK

Selvi Yuniar Bahari. 2020. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Sistem Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pada ToKO Creative Computer Kota Metro*. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Pembimbing: (1) H. Suryadi, S.E., M.M. (2). Fitriani, S.E., M.M.

Pembeli dalam mengambil keputusan untuk membeli produk perusahaan tentunya berbagai faktor. Komunikasi antara pembeli dan penjual menjadi hal yang sangat penting dimana pembeli membutuhkan informasi yang jelas. Selain itu, pelayanan yang memuaskan juga dapat menjadi faktor dalam mengambil keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasarant terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro, Pengaruh kepuasan pembeli terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro, Pengaruh komunikasi pemasaran, Sistem pelayanan dan kepuasan pembeliterhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro.

Jenis penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, dengan jenis penelitiannya adalah penelitian survei. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan menghasilkan data-data dari hasil pengukuran variabel di lapangan. Data yang diperoleh dari hasil penelitian selanjutnya dianalisis dengan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa Komunikasi Pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian di perusahaan "Creative Computer" Kota Metro. Komunikasi pemasaran merupakan suatu hubungan dan interaksi yang terjadi antara penjual atau pihak perusahaan dengan calon pembelinya. Pengaruh komunikasi pemasaran terlihat pada semua aspek pada komunikasi terhadap keputusan pembelian. Sistem pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Perusahaan yang memiliki pegawai cakap, cepat tanggap, handal, dapat dipercaya, serta memiliki tanggung jawab dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Calon pembeli yang menyukai pelayanan dan merasa nyaman akan sangat menentukan daya beli yang tinggi. Kepuasan konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Rasa puas yang ada dalam diri seorang calon pembeli maupun yang sudah menjadi pelanggan akan senantiasa melakukan pembelian secara berkelanjutan hal ini juga akan mempengaruhi calon pembeli yang lain karena salah satu konsumen yang merasa puas dengan pelayanan maupun produk-produk perusahaan akan senantiasa merekomendasikan pembeli lainnya untuk melakukan pembelian. Hal ini disebut dengan testimoni pembeli untuk calon pembeli lainnya

Kata Kunci: komunikasi pemasaran, sistem pelayanan, kepuasan konsumen, keputusan pembelian