**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN AYAM PENYET**

**JAKARTA SM. RAJA MEDAN**

**WAIZ AL QORNI DAULAY**

**NPM. 183114170**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Ayam Penyet Jakarta SM Raja Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat kuantitatif. Penelitian ini akan dilaksanakan di Ayam Penyet Jakarta SM Raja Medan Jl. Sisingamangaraja No.19, Kotamatsum III, Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara, Kode Pos: 20212. Studi dokumentasi dalam penelitian ini dengan melakukan observasi, dokumentasi dan kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Ayam Penyet Jakarta SM Raja Medan selama 2 bulan terhitung dari Januari-Februari 2022 sebanyak 2169 Konsumen. Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan menggunakan rumus *slovin*, dan menggunakan teknik *simple random sampling,* dimana pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jadi, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 96 Konsumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program *SPSS Versi 25.00*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen Ayam Penyet Jakarta SM. Raja Medan dengan nilai koefisien sebesar 0,161, dimana nilai t-hitung > t-tabel (2,536 > 1.6608) dan signifikan sebesar 0,013 lebih kecil dari 0,05. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen Ayam Penyet Jakarta SM. Raja Medan dengan nilai koefisien sebesar 0,754, dimana nilai t-hitung > t-tabel (11,843 > 1.6608) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen Ayam Penyet Jakarta SM. Raja Medan dengan nilai Fhitung (80,349) > Ftabel (3,09), dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05.

**Kata Kunci**: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Keputusan Konsumen

# C:\Users\USER\Documents\surat20250503_14204630.jpg