

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Volume 6 Nomor 9 (2024) 6676 – 6695 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharai.v6i9.2782

maka akan semakin banyak masyarakat yang memilih untuk melakukan pembelian di UMKM Mie NiRaja. Bukti yang disajikan di sini menunjukkan bahwa indikator kualitas layanan, yang mencakup kualitas fisik (nyata), empati, responsif, dapat diandaikan, dan terjamin (jaminan), semakin meningkat. Selain itu, terdapat peningkatan Jumlah pilihan pembelian yang dilakukan di tempat usaha UMKM Mie NiRaja

Pengaruh komunikasi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Mie NiRaja

Fakta bahwa nilai F lebih rendah dari 0,05 menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pilihan pembelian dengan komunikasi pemasaran dan kualitas Pelayanan. Demikian dapat disimpulkan bahwasanya komunikasi pemasaran dan kualitas pelayan dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dapat diambil dari temuan penelitian

KESIMPULAN

Tujuan Pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pemasaran dan Komunikasi Kualitas pelayanan terhadap pilihan membeli barang dari Mie NiRaja. Baik komunikasi penjualan maupun kualitas pelayanan dianggap sebagai faktor independen, sedangkan pilihan pembelian dianggap sebagai variabel dependen. Berdasarkan temuan penelitian yang disajikan pada Tabel F, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh komunikasi penjualan terhadap proses pengambilan keputusan pembelian Mie NiRaja. Lebih spesifiknya dapat dikatakan bahwa komunikasi penjualan dapat berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap proses pengambilan keputusan mengenai pembelian. Penelitian yang dilakukan terhadap koefisien determinasi menemukan bahwa kualitas pelayanan pelanggan menjelaskan bahwa 48,0% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas Pelayanan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa X1 dan X2 mempunyai pengaruh secara simultan terhadap pilihan pembelian. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil uji simultan (F) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000, kurang dari 0,005, dan nilai f hitung sebesar 44,753 lebih besar dari nilai f krusial sebesar 2,70

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Manajemen*, 12 No.1(1), 32-39.
- Ananto, A. N., & Widaningsih, S. (2022). Analisis Komunikasi Pemasaran Pada Konten Instagram Rokgaliya Tahun 2022. *E-Proceeding of Applied Science*, 8, 406
- BPS RI. "Perilaku Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19." Perilaku Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19 BPS RI. Vol. 19, 2020. Coanto,
- D Hendrik, P **Isyanto**, LR Khalida(2024) Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Image Pada Janji Jiwa X La Teraaza. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan.*(Vol.10,Issue 5)

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Volume 6 Nomor 9 (2024) 6676 – 6695 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharai.v6i9.2782

- Dewi. 2018. Teori dan Praktis : *Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya Press. Erdawati, and M M Desda. "Pandemi Covid-19 Dampaknya Terhadap Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Pasaman Barat." *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)* 2, no. 1 (2021) : 31-
- E Arini, Y Andrayani - Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains ..., 2024 - jurnal.umb.ac.id Febriani, Nufian, Wayan Weda, dan Asmara
- Farahdiba, D. (2020). Konsep Dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>
- Fitriani, A., & Hukmah, D. A. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Wirausaha Saffanah Cake Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Maros. In *Journal of Communication Sciences* (Vol. 4).
- Haikal Ibnu Hakim, Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- indra, G. S. D., & Agus, G. D. M. Y. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PTIndomarco Pratama Denpasar Bali. *Jurnal Widya Manajemen*, 2(2), 69–80. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v2i2>
- Jeany, Mauli Siagian (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 7(3), 330-341
- Mardiyanto, D., & Giarti. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Edunomika*, 03(01)
- MOTOR KARAWANG . *Jurnal Economina* (Vol.2, Issue7)
- N Ubaedilah, P Isyanto, AD Romli (2023) . Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Implusif pada pengguna Tiktok Shop . *jurnal of Trends Economics and Accounting Research* (Vol.4,Issue 1)
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart di Kota Medan). *Prosiding*
- Neni Sumarni, E. Su. (2021). *STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PADA BUMDES APOTEK LAKSANA BAROKAH DI DESA JATILAKSANA* Title. *Manajemen Jasa*
- P Isyanto, K Wijayanti(2022)Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express pada masa Pandemi COVID-19.*Jurnal Akuntasi* (Vol.6,Issue 2)
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Volume 6 Nomor 9 (2024) 6676 – 6695 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharai.v6i9.2782

Keputusan Pembelian Di Ukm Mart Kartika Widya Utama. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 5(3), 1154-1170

S Aliefatikha, P **Isyanto**, DA Romli . PENGARUH E-WOM BEAUTY BLOGGER DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi* (Vol.2,Issue 3)

V Satria - Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS), 2023 - jurnal.umb.ac.id

Vicky Valdian. "Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen . (Studi Kasus Pada Kedai The CowboyBurger Surabaya)

WAR Maulida, P **Isyanto**, D Yani .(2023) ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT VIRGI

Zilfania Rizal, V. (2019). Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@Bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek. In *Jurnal Komunikasi* | (Vol. 4, Issue 1)

