

ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di masa pandemi

Authors: Siti Fatin Arbah, Cece Rakhmat, Depy Muhamad Pauzy

Journal: Insight Management Journal - Vol. 3 No. 1 (2022)

Publisher: Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi

Persistent DOI: <https://doi.org/10.47065/imj.v3i1.209>

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 20 October 2026, 21:15 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Siti Fatin Arbah, Cece Rakhmat, Depy Muhamad Pauzy. "Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di masa pandemi". Insight Management Journal, Vol. 3 No. 1 (2022). DOI: 10.47065/imj.v3i1.209

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: <https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals>

Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di masa pandemi

Siti Fatin Arbah, Cece Rakhmat, Depy Muhamad Pauzy

DOI: <https://doi.org/10.47065/imj.v3i1.209>

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Pizza Hut Tasikmalaya di masa pandemi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 orang. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda dengan program SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pizza Hut Tasikmalaya di masa pandemi. Promosi secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pizza Hut Tasikmalaya di masa pandemi. Kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Pizza Hut Tasikmalaya di masa pandemi.

Keywords: promosi, kualitas pelayanan, keputusan pembelian