

## **ABSTRACT**

*This study was held for the delivery's Cak Ed Lamongan consumers that already use the service. The population of this study was the consumers of delivery Cak Ed Lamongan. There were 205 sample in this study and it was analyzed by using accidental sampling. The data was collected by questionnaire and interview, then it was analyzed by validity test, reliability test, double regression linear test in SPSS 24 version. The result of T-test showed that variable with price (X1), promotion (X2) and quality service (X3), it influenced the consumers decision. The result price variable (X1)  $t_{hitung} = 3,557$  with significance degree 0,000. Promotion variable (X2)  $t_{hitung} = 4,629$  with significance degree 0,000. Service quality variable (X3)  $t_{hitung} = 2,054$  with significance degree 0,041. Meanwhile the f test simultaneity shown the result 27,856 with significance degree 0,000.*

**Keyword:** *price, promotion, service quality, consumers decision*

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini dilakukan pada konsumen delivery Cak Ed Lamongan yang telah menggunakan pelayanan jasa yang telah diberikan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa delivery Cak Ed Lamongan. Adapun jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 205 responden dengan menggunakan teknik analisis accidental sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara kemudian di analisis menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji regresi linier berganda menggunakan SPSS version 24. Hasil analisis yang di lakukan menggunakan uji t membuktikan bahwa variabel harga (X1), promosi (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Dengan hasil variabel harga (X1)  $t_{hitung} = 3,557$  dengan nilai sig 0,000, variabel promosi (X2)  $t_{hitung} = 4,629$  dengan nilai sig 0,000, variabel kualitas pelayanan (X3)  $t_{hitung} = 2,054$  dengan nilai sig 0,041. Sedangkan uji f simultan diperoleh hasil 27,856 dengan nilai sig 0,000.*

**Kata kunci :** Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Konsumen