

ABSTRAK

Afnan Hanifah Rosidatul Ulya, 1820310185, Pengaruh *Retailing Mix*, *Service Quality*, Dan *Customer Relationship Management* Terhadap *Purchase Decision* Pada *Franchise Chocobean* Di Kabupaten Kudus

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *retailing mix*, *service quality*, dan *customer relationship management* terhadap *purchase decision* pada *franchise Chocobean* di Kabupaten Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Populasi penelitian ini adalah konsumen Chocobean cabang Kudus dengan jumlah populasi yang tidak diketahui dengan pasti (*populasi infinite*). Sampel penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jumlah responden sebanyak 97. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda dengan bantuan program olah data SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *retailing mix* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* pada *franchise Chocobean* di Kabupaten Kudus, dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yakni ($3,397 > 1,1985$). Variabel *service quality* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *purchase decision* pada *franchise Chocobean* di Kabupaten Kudus, dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yakni ($4,777 > 1,1985$). Variabel *customer relationship management* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *purchase decision* pada *franchise Chocobean* di Kabupaten Kudus, dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yakni ($2,466 > 1,1985$). Nilai koefisien korelasi menunjukkan bahwa 60% variabel *purchase decision* dipengaruhi oleh variabel *retailing mix*, *service quality* dan *customer relationship management*, sedangkan sisanya 40% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian.

Kata Kunci: *Retailing Mix*, *Service Quality*, *Customer Relationship Management*, dan *Purchase Decisions*.