

ABSTRAK

PT Matahari *Department Store* Tbk atau disebut dengan “Matahari *Department Store*” merupakan salah satu perusahaan ritel terkemuka di Indonesia yang menyediakan pilihan *fashion* dengan trend terkini untuk kategori pakaian dan mode, serta produk-produk kecantikan dan barang-barang keperluan rumah tangga lainnya dengan harga yang relative terjangkau. Ritel pertama di Indonesia yaitu Matahari *Department Store* yang berdiri ditahun 1972. Dimana pada tahun 2019 Matahari telah membuka gerai sebanyak 162 yang berada di seluruh Indonesia, namun Berdasarkan informasi yang dikutip melalui situs cnnindonesia.com, PT Matahari *Department Store* Tbk menyatakan akan menutup enam gerai. Dengan demikian, jumlah gerai ritel tersebut akan berkurang dari 153 mejadi 147 gerai. Informasi tersebut diketahui dari laporan perseroan kepada Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui keterbukaan informasi. Hal ini dikarenakan adanya kerugian yang disebabkan oleh pandemic Covid-19.

Metode penelitian menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, pengambilan sampel yang dilakukan adalah teknik *non probability sampling* dengan jumlah 100 responden purposive konsumen pengunjung *Matahari Department Store* Bandung. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif didapatkan hasil bahwa variable Harga (X1) termasuk dalam kategori Cukup Baik dengan nilai persentase sebesar 64%. Variable Kualitas Pelayanan (X2) termasuk dalam kategori Cukup Baik dengan nilai persentase 66%. Variable Keputusan Pembelian (Y) termasuk ke dalam kategori Baik dengan nilai persentase 69,4%.