

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian, serta untuk mengetahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang berasal dari pembagian kuesioner kepada responden dengan sampel sebanyak 40 responden. Sampel responden dalam penelitian ini menggunakan metode *probability sampling*. Sedangkan metode pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS versi 21. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka diperoleh hasil uji t variabel kualitas produk bernilai  $t_{hitung} = 1,430 < t_{tabel} = 2,028$ , variabel harga bernilai  $t_{hitung} = 1,574 < t_{tabel} = 2,028$ , dan variabel promosi bernilai  $t_{hitung} = 0,741 < t_{tabel} = 2,028$  yang artinya variabel kualitas produk, harga, dan promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dan hasil uji f sebesar  $f_{hitung} = 5,388 > f_{tabel} = 3,26$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$  yang artinya variabel kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Pada penelitian ini variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel harga. Dan nilai Adjusted  $R^2$  sebesar 0,252 menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel kualitas produk, harga, dan promosi dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 25,2%, sedangkan sisanya 74,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

**Kata Kunci** : kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*This purpose of this study is to determine the effect of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions, as well as to find out the dominant variables that influence Purchasing Decisions. This research was conducted using a quantitative descriptive approach, which is research that focuses on testing hypotheses with statistical analysis tools and produces conclusions that can be generalized. This study uses primary data sources derived from the distribution of questionnaires to respondents with a sample of 40 respondents. The sample of respondents in this study used the probability sampling method. While the sampling method of this study uses a simple random sampling method. The test instrument used is multiple linear regression analysis techniques using SPSS software version 21. After testing the proposed hypothesis, the results obtained t test the product quality variable  $t \text{ value} = 1.430 < t \text{ table} = 2.028$ , the price variable  $t \text{ value} = 1.574 < t \text{ table} = 2.028$ , and the promotion variable is  $t \text{ count} = 0.741 < t \text{ table} 2.028$ , which means that the product quality, price, and promotion variables have no significant effect on consumer purchasing decisions. And the test results  $f \text{ of } f \text{ arithmetic} = 5.388 > f \text{ table} = 3.26$  with a significance level of  $0.004 < 0.05$  which means that the variable quality of products, prices, and promotions simultaneously have a significant effect on consumer purchasing decisions. In this study the variable that has the dominant influence on purchasing decisions is the price variable. And the adjusted  $R^2$  value of 0.252 indicates that the contribution of product quality, price, and promotion in influencing consumer purchasing decisions is 25.2%, while the remaining 74.8% is explained by other variables outside the model.*

**Keywords: product quality, price, promotion, purchase decision**