

## ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI OPTIK OWNDAYS SURABAYA”. Bertujuan (1) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Variabel Produk secara parsial terhadap keputusan pembeli pada optik owndays surabaya, (2) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Variabel Harga secara parsial terhadap keputusan pembeli pada optik owndays surabaya, (3) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Variabel Promisi secara parsial terhadap keputusan pembeli pada optik owndays surabaya, (4) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Variabel Produk, Harga, dan Promosi secara simultan terhadap keputusan pembeli pada optik owndays surabaya. Dalam penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan Kuesioner, Wawancara, dan Observasi. Data yang diambil menggunakan data primer dan sekunder dengan teknik analisis data dengan menggunakan Analisis Regresi Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Secara Parsial Variabel Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Optik owndays Surabaya dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$  dan  $t_{hitung} 1.985 < t_{tabel} 6.595$ . (2) Secara Parsial Variabel Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Optik owndays Surabaya dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$  dan  $t_{hitung} (-1.985) < t_{tabel} (-5.405)$ . (3) Secara Parsial Variabel Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Optik owndays Surabaya dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$  dan  $t_{hitung} 1.985 < t_{tabel} 13.310$ . sedangkan Secara Simultan Variabel Produk, Harga, dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Optik Owndays Surabaya dengan diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 103.875 dengan nilai sig sebesar 0,000 maka berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa nilai sig lebih kecil dari taraf signifikan, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 103.875 > F_{tabel} 2.700$

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

Research that gets title “PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI OPTIK OWNDAYS SURABAYA”. Intent (1) To know and analyse Product Variable influences partially to buyer decision on owndays surabaya's optic, (2) To know and analyse Price Variable influences partially to buyer decision on owndays surabaya's optic, (3) To know and analyses Promisi's Variable influence partially to buyer decision on owndays surabaya's optic, (4) To know and analyse Product Variable influences, Price, and simultan's ala Promotion to buyer decision on owndays surabaya's optic. In this research utilize quantitative method by methodics data collecting to utilize kuesioner, Interview, and Observation. Data that taking to utilize primary and secondary data with tech analisis data by use of Analisis Regersi Plain. This observational result points out that: (1) partially Variable Product influentialing to Buy decision on owndays Surabaya's Optic by assesses signifikan  $0.000 < 0.05$  and  $t_{\text{computing}} 1.985 < t_{\text{table}} 6.595$ . (2) partially Variable Price influentialing to Buy decision on owndays Surabaya's Optic by assesses signifikan  $0.000 < 0.05$  and  $t_{\text{computing}} (-1.985) < t_{\text{table}} (-5.405)$ . (3) partially Variable Promotion influential to Buy decision on owndays Surabaya's Optic by assesses signifikan  $0.000 < 0.05$  and  $t_{\text{computing}} 1.985 < t_{\text{table}} 13.310$ . meanwhile Simultan's ala Product Variable, Price, and ascendant Promotion to Buy decision on Owndays Surabaya's Optic by gotten point  $f_{\text{computing}}$  as big as 103.875 by appreciative sig as big as 0,000 therefore bases bahwa's hypthosts testing result assesses smaller sig of signifikan's level, with signifikansi's point  $0,000 < 0,05$  and appreciative  $f_{\text{computing}} 103.875 > F_{\text{table}} 2.700$ .

Key word : Product, Price, Promotion, and Buy decision