

ABSTRAK

Di kota Surabaya, telah banyak konveksi yang menjamur di pasaran. Hal ini mengakibatkan persaingan semakin ketat di kalangan para konveksi Surabaya. Sehingga masing-masing konveksi berlomba-lomba menarik minat pelanggan dengan berbagai cara. Berbagai upaya untuk menarik minat pelanggan adalah dengan meningkatkan kualitas produk, harga, promosi, dan tempat. Penelitian ini dilakukan di Adhieta Garment Surabaya dengan responden sebanyak 50 orang. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Setiap perubahan terhadap kualitas produk akan menyebabkan perubahan terhadap keputusan pembelian, pengaruhnya bersifat positif. Harga mempunyai tingkat signifikansi terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,014 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,022 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan untuk variabel tempat mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05.

Kata Kunci : Kualitas produk, kualitas harga, kualitas promosi, kualitas tempat, keputusan pembelian.

ABSTRACT

In the city of Surabaya, many clothing companies have been established in the market. This has resulted in increasingly fierce competition among Surabaya clothing companies. So that each company competes to attract customers in various ways. Various efforts to attract customer interest are by improving product quality, price, promotion and place. This research was conducted in Adhieta Garment Surabaya with 50 respondents. Sources of data used in this study were obtained through primary data collected through questionnaires. The results of this study indicate that product quality has a significant effect on purchasing decisions, this is evidenced by a significant value of 0.007 less than 0.05. So this means that the variable product quality has a significant effect on purchasing decisions. Any changes to product quality will lead to changes in purchasing decisions, the effect is positive. Price has a significance level for purchasing decisions, this is evidenced by a significance value of 0.014 which is smaller than 0.05. So it can be said that the price variable has a significant effect on purchasing decisions. Promotion has a significant influence on purchasing decisions, this is evidenced by a significant value of 0.022 which is smaller than 0.05. So it can be said that the promotion variable has a significant effect on purchasing decisions. And for the place variable has a significant influence on purchasing decisions, this is evidenced by the significance value of 0.038 which is smaller than 0.05.

Keywords : Quality of product, Quality of price, Quality of promotions, Quality of place, Buying Decision.