

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Produk, Harga dan Jenis Media Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Pantofel Kulit (Emro) pada UD. Putra Mandiri di Mojokerto. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel diambil sesuai dengan kriteria tertentu menggunakan rumus *lameshow*, sehingga terdapat 96 responden. Data dari penelitian ini diambil dari kuesioner. analisis data dengan SPSS 16 melalui Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis. Hasil Analisa menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jenis Media Promosi berpengaruh positif dan Tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Dan Kualitas Produk, Harga, Jenis Media Promosi berpengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Jenis Media Promosi, Keputusan Pembelian Konsumen**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of Product Quality, Price and Type of Promotional Media on Consumer Purchase Decisions for Leather Loafers (Emro) at UD. Putra Mandiri in Mojokerto. This type of research uses associative research and the method used in this research is using quantitative methods. The sampling technique of this study used purposive sampling with the number of samples taken according to certain criteria using the jakeshow, so that there were 96 respondents rounded up to 100 respondents. Data from this study were taken from questionnaires. Data analysis with SPSS 16 through Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, Hypothesis Testing. The results of the analysis show that the Product Quality variable has a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions. Price has a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions. Promotional Media No positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions. And Product Quality, Price, Type of Promotional Media have a simultaneous effect on Consumer Purchase Decisions.*

*Keywords : Product Quality, Price, Types of Promotional Media, Consumer Purchase Decisions*