

ABSTRAK

Di era globalisasi ini terlihat semakin banyak berkembangnya perusahaan-perusahaan di berbagai sektor. Berbagai macam strategi pemasaran dilakukan untuk dapat mencapai target pasar. Strategi pemasaran dilakukan untuk meningkatkan keputusan pembelian suatu produk. Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk di antaranya promosi, kualitas produk dan harga. Judul dari Penelitian ini ialah Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di UD Intan Jati. Populasi yang digunakan adalah konsumen pada UD Intan Jati . Sampel berjumlah 30 responden melalui metode kuesioner dengan skala Likert. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Uji Kualitas Data dengan Uji Validitas dan Uji Realibilitas. Teknik analisis datanya adalah Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, uji – t dan Uji –F. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian $t_{hitung} < t_{(tabel)}$ ($-0,744 < 2,052$) dan nilai signifikansi $0,463 > 0,05$. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian bahwa $t_{hitung} < t_{(tabel)}$ ($0,857 < 2,052$) dan nilai signifikansi $0,399 > 0,05$. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian $t_{hitung} > t_{(tabel)}$ ($5,434 > 2,052$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Uji koefisien determinasi menunjukkan keputusan pembelian di UD Intan Jati dipengaruhi oleh variabel promosi, kualitas produk dan harga tetapi juga dipengaruhi faktor- faktor lain di luar penelitian ini. analisis hasil regresi berganda diperoleh koefisien regresi variabel harga memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian. Sarannya perlu adanya potongan harga, menjadi sponsor pada event-event tertentu, adanya variasi model dan bahan untuk produk-produk.

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

ABSTRACT

In this era of globalization, it is seen that more and more companies are developing in various sectors. Various kinds of marketing strategies to be able to reach the target market. The marketing strategy is carried out to increase the purchasing decision of a product. Many factors affect the purchasing decision including promotion, product quality and price. The title of this research is the effect of promotion, product quality and price on purchasing decision at UD Intan Jati. The population used is consumers at UD Intan Jati. The sample amounted to 30 respondents through a questionnaire method with a Likert scale. The data analysis used in this study were: Data Quality Test with Validity Test and Reality Test. The data analysis technique is Multiple Linear Regression Analysis, Coefficient of Determination Test, t-test and -F-test. The effect of promotion on purchasing decisions $t_{count} < t_{(table)}$ ($-0.744 < 2.052$) and a significance value of $0.463 > 0.05$. The effect of product quality on purchasing decisions is that $t_{count} < t_{(table)}$ ($0.857 < 2.052$) and the significance value is $0.399 > 0.05$. The effect of price on purchasing decisions $t_{count} > t_{(table)}$ ($5.434 > 2.052$) and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination test shows that purchasing decisions at UD Intan Jati are influenced by promotion variables, product quality and price but are also influenced by other factors outside of this study. analysis of multiple regression results obtained that the price variable regression coefficient has the most dominant influence on purchasing decisions. Suggestions need to be discounted prices, become sponsors at certain events, there are variations in models and materials for products.

Keywords: promotion, price, product quality, purchasing decision