

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana promosi, kualitas produk, dan pelayanan berpengaruh terhadap on pembelian pada CV. Anugerah Sukses Abadi. Materi penelitian ini terdiri dari faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu promosi, kualitas produk, dan pelayanan serta menggambarkan pengaruh yang paling kuat dalam meningkatkan keputusan pembelian pada CV. Anugerah Sukses Abadi.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, data diperoleh dengan setting alamiah. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Jumlah populasi penelitian ini sebanyak 408 konsumen dengan jumlah sampel sebanyak 100 konsumen, pemilihan sampel menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 0,1%. Dalam penelitian ini dilakukan model penelitian analisis regresi berganda. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk mendeskripsikan pemahaman yang mendalam perihal keputusan pembelian pada CV. Anugerah Sukses Abadi.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil perhitungan *R square* (R^2) sebesar 0,855 atau 85,5%. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yang terdiri dari promosi, kualitas produk, dan pelayanan dapat menjelaskan variabel dependennya yaitu keputusan pembelian sebesar 85,5% sedangkan sisanya sebesar 14,5% yang dijelaskan oleh variabel lainnya tidak diteliti dalam penelitian ini, yang berarti ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV. Anugerah Sukses Abadi.

Keywords: promosi, kualitas produk, pelayanan, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the extent of promotion, product quality, and service influence on purchasing on the CV. Enduring Success Award. This research material consists of factors that influence purchasing decisions namely promotion, product quality, and service and illustrates the most powerful influence in improving purchasing decisions on the CV. Enduring Success Award.

This research is a quantitative study, data obtained by natural settings. Data collection techniques are done by observation, interview and documentation study. The total population of this study was 408 consumers with a sample of 100 consumers, sample selection using the Slovin formula with an error level of 0.1%. In this study a multiple regression analysis research model was conducted. The phenomenological approach is used to describe a deep understanding of purchasing decisions on the CV. Enduring Success Award.

Based on the above table, the result of R square (R²) calculation is 0.855 or 85.5%. These results indicate that the three independent variables consisting of promotion, product quality, and service can explain the dependent variable, namely the purchase decision of 85.5% while the remaining 14.5% explained by other variables are not examined in this study, which means the third These variables affect the purchase decision on the CV. Enduring Success Award.

Keywords: *promotion, product quality, service, purchasing decisions*