

## ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian shampo rejoich rich. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan menggunakan *convenience sampling method*. Adapun analisa statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan analisa regresi berganda. Sedangkan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini, penulis melakukan pengujian hipotesis secara serentak/simultan (uji F) dan pengujian secara terpisah/parsial (uji t).

Dari hasil pengujian secara serempak (uji f) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari nilai  $F_{\text{statistik}} = 53,548 > F_{\text{tabel}} = 3,09$ . Sedangkan hasil pengujian hipotesis secara terpisah (uji t) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi ( $X_1$ ) dengan keputusan pembelian (Y), hal tersebut dapat dilihat dari nilai  $t_{\text{statistik}} = 3,940 > t_{\text{tabel}} 1,984$ . Adapun untuk hasil pengujian secara terpisah (uji t) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk ( $X_2$ ) dengan keputusan pembelian (Y), hal tersebut dapat dilihat dari  $t_{\text{statistik}} = 7,075 > t_{\text{tabel}} 1,984$ .

Kata kunci : Promosi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian