

ABSTRACT

This study ber purpose of this study is to clarify aspects relevant to the observed phenomena. In this case, a descriptive study was conducted to determine and analyze the quality of the product (X1), brand (X2), price (X3) and promotion (X4) on purchase decisions mild steel Hi Steel CV Surya Bumi Pertiwi. The object of this study is that consumers in the CV Surya Bumi Pertiwi who make purchases and determine mild steel products HI Steel of 100 respondents by using a calculation formula slovin. The method used in this research is descriptive method with quantitative approach. Analysis of the data used is the statistical analysis in the form of multiple regression test. The results of this study partially Quality Products (X1), Brand (X2), and price (X3) influence on Consumer Purchase Decision Hi Steel Light Steel. While Promotions (X4) has no effect on Consumer Purchase Decision Hi Steel Light Steel. the correlation coefficient (R) of 0.970, which means that the correlation or relationship between Quality Products (X1), Brand (X2), Price (X3) & Promotion (X4) with the purchase decision is Strength. Figures adjusted R-square or the coefficient of determination is 0,940. This means that 94% of the variation or change in the purchasing decision can be explained by the variation of the variable Product Quality (X1), Brand (X2), Price (X3) & Promotion (X4), while the rest (6%) is explained by other causes.

Keyword: *Product Quality, Brand, Price and Promotion, Purchase Decision.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini ber Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena yang diamati. Dalam hal ini, penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk (X1), merek (X2), harga (X3) & promosi (X4) terhadap keputusan pembelian baja ringan Hi Steel di CV Bumi Surya Pertiwi. Objek penelitian ini adalah konsumen di CV Bumi Surya Pertiwi yang melakukan pembelian & mengetahui produk baja ringan HI Steel sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus perhitungan slovin. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi berganda. Hasil penelitian ini secara parsial Kualitas Produk (X1), Merek (X2), & Harga (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Baja Ringan Hi Steel. Sedangkan Promosi (X4) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Baja Ringan Hi Steel. nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,970 yang berarti bahwa korelasi atau hubungan antara Kualitas Produk (X1), Merek (X2), Harga (X3) & Promosi (X4) dengan Keputusan Pembelian adalah Kuat. Angka adjusted R square atau koefisien determinasi adalah 0,940. Hal ini berarti 94% variasi atau perubahan dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel Kualitas Produk (X1), Merek (X2), Harga (X3) & Promosi (X4), sedangkan sisanya (6%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Merek, Harga dan Promosi, Keputusan Pembelian.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA