

ABSTRACT

This study was to determine the effect of product quality, price and promotion on purchase decisions. The object of this study is the respondents who have and still use Blackberry located at the University Mercubuana. This study was conducted on 100 respondents selected sample of 100 consumers. Methods of data collection using questionnaires and analysis technique used is multiple regression. The results of this study indicate that 1) The quality of the product effect positive and significant impact on purchasing decisions. 2) The effect .prices are positive and significant impact on the decision pembelian.3). Promotion effect positive and significant impact on purchasing decisions.

Keywords: Product quality, Price, Promotion, Buying decisions

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian ini adalah responden yang pernah dan masih menggunakan Blackberry yang berlokasi di Universitas Mercubuana. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden sampel yang dipilih dari 100 konsumen. Metode pengumpulan data menggunakan teknik kuisisioner dan analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Kualitas efek produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2) .Prices efek dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.3). Efek promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA