

## **ABSTRACT**

*This research represents the current sales state of UD. Metalindo Abadi and its past five years, as the brass bar manufacturer in Tangerang. The research focused on impact of product quality, product price, product distribution, and personal selling on buying decision for brass bar products of UD. Metalindo Abadi. Data collection in this Research was conducted by questionnaire, which distributed among its thirty five customers within Jabodetabek area. Three respondents of each company were selected to respond the questionnaire. Concepts and operational definition were made to brainstorm the framework of the research. The research consists of four independent variables such as, product quality, product price, product distribution, personal selling, and buying decision as dependent variable. Statistical Package for the Social Science was used to analyze the data. Test of reliability, validity, classical test, and linear regression was performed. The results of this research found the product quality has negative impact against buying decision, while product price, product distribution, and personal selling has a positive significant impact on buying decision of brass bar products.. In the other hand, product quality, product price, product distribution, and personal selling simultaneously affect the buying decision of brass products. A few suggestions for business organization and future research were made to achieve better achievement for both parties.*

*Keyword: buying decision, product quality, product distribution, personal selling, product price*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian ini menggambarkan keadaan penjualan saat ini dan lima tahun yang lalu di UD. Metalindo Abadi sebagai produsen logam batangan kuningan yang beromisili di Tangerang. Tujuan penelitian ini untuk menemukan pengaruh kualitas produk, harga produk, distribusi produk dan penjualan pribadi pada keputusan pembelian untuk produk logam batangan kuningan dari UD. Metalindo Abadi. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner yang salurkan kepada tiga puluh dua pelanggan perusahaan di area Jabodetabek. Setiap perusahaan yang terpilih menjadi objek penelitian diwakili oleh tiga responden untuk menjawab kuisisioner yang dibagikan. Definisi operasional dan definisi konsep ditetapkan untuk mendukung kerangka pemikiran yang menjadi dasar penyusunan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan empat variabel bebas, antara lain kualitas produk, harga produk, distribusi produk, penjualan pribadi, dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Analisa data pada penelitian ini menggunakan *Statistical Package for the Social Science*. Pengujian yang dilakukan termasuk uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, dan regresi linear. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, sementara harga produk, distribusi produk, dan penjualan pribadi secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian produk logam batangan kuningan. Kualitas produk, harga produk, distribusi produk, dan penjualan pribadi secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian produk logam batangan kuningan. Penelitian ini memberikan saran kepada perusahaan dan penelitian lanjutan untuk memperbaiki dan mengembangkan usaha serta menambah ilmu pengetahuan secara berkesinambungan.

Kata kunci: distribusi produk, harga produk, keputusan pembelian, penjualan pribadi