

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu pengaruh produk, promosi, dan motivasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Pasar Tradisional Grogol, Jakarta Barat. Data penelitian ini merupakan data yang diambil data primer yang didapat dari pengolahan data kuesioner yang diisi oleh konsumen Bapak dan Ibu rumah tangga yang berbelanja kebutuhan sehari-hari. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 109 responden dan Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis SPSS. Hasil temuan peneliti terdahulu menunjukkan bahwa pengaruh produk, promosi dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Pengaruh Produk, Promosi, Motivasi, Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the factors that influence purchasing decisions, namely the influence of products, promotions, and motivation on consumer purchasing decisions at Traditional Market Grogol, Jakarta Barat. The data of this research is data that is taken from primary data which is obtained from the processing of questionnaire data which is filled out by consumers, Mr. and Mrs. housewives who shop for their daily needs. The number of samples used were 109 respondents and the analytical technique used in this study was using SPSS analysis. The results of previous research indicate that the influence of product, promotion and motivation has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Influence, Promotion, Motivation, Purchase Decision



UNIVERSITAS
MERCU BUANA