

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada alat cek gula darah GlucoDr Auto A di PT. Medisindo Bahana. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli alat cek gula darah GlucoDr Auto A di PT. Medisindo Bahana dengan jumlah yang tidak diketahui. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu 100 konsumen yang pernah membeli alat cek gula darah GlucoDr Auto A di PT. Medisindo Bahana. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner yang disebar dan diisi oleh responden. Metode analisis data terdiri dari Analisis Deskriptif, Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Kesesuaian Model, Uji Regresi Linear Berganda, dan Uji Hipotesis. Penelitian ini menghasilkan harga dan promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Harga, Promosi, Kualitas Produk



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, promotion, and product quality on purchasing decisions on blood sugar check products GlucoDr Auto A at PT. Medisindo Bahana. The population in this study were consumers who had purchased a blood sugar check product GlucoDr Auto A at PT. Medisindo Bahana with an unknown amount. The sample technique used is a purposive sampling technique, namely 100 consumers who have purchased blood sugar check products GlucoDr Auto A at PT. Medisindo Bahana. The data collection method used a survey method, with the research instrument in the form of a questionnaire distributed and filled out by the respondents. The data analysis method consisted of descriptive analysis, instrument test, classical assumption test, model fit test, multiple linear regression test, and hypothesis testing. This study resulted that price and promotion have no significant positive effect on purchasing decisions, while product quality has a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Purchase Decisions, Price, Promotion, Product Quality

