

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap keputusan pembelian di Ayam Bakar Kalasan Wong Jogja, Ciangsana. Penelitian ini dimulai dari bulan Maret 2022 hingga Desember 2022. Objek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli ayam bakar kalasan wong jogja, ciangsana yang jumlahnya tidak diketahui. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan metode penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Skala pengukuran menggunakan skala likert. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan SPSS Versi 26. Analisis data pada SPSS Versi 26 yaitu menggunakan hasil uji deskriptif, hasil uji kualitas data, hasil uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai koefisien determinasi atau *R-Square* sebesar 48,3%. Variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel kualitas produk, promosi dan harga.

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAC

This study aims to determine how the influence of Product Quality, Promotion, and Price on purchasing decisions at Ayam Bakar Kalasan Wong Jogja, Ciangsana. This research started from March 2022 to December 2022. The object of this research were consumers who had purchased an unknown number of roasted chicken, wong jogja, ciangsana. This research was conducted on 100 respondents using a causal research method with a quantitative approach. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The scale of measurement uses a Likert scale. The approach used in this study is to use SPSS Version 26. Data analysis in SPSS Version 26 is using descriptive test results, data quality test results, classical assumption test results, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. This study proves that product quality has a significant positive effect on purchasing decisions, promotion has a significant positive effect on purchasing decisions, and price has a significant positive effect on purchasing decisions. With a coefficient of determination or R-Square of 48.3%. Variables that influence purchasing decisions are explained by product quality, promotion and price variables.

Keywords: Product Quality, Promotion, Price, Purchase Decision

