

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi, terhadap keputusan pembelian di Toko Buah Srikandi Jati Asih .Penelitian ini dimulai dari bulan April 2022 hingga Januari 2023. Objek penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Toko Buah Srikandi Jati Asih 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 dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAC

This study aims to find out how the influence of Product Quality, Price, and Promotion, on purchasing decisions at the Srikandi Jati Asih Fruit Shop. This research starts from April 2022 to January 2023. The object of this research is consumers who have shopped at the Srikandi Jati Asih Fruit Shop. whose number is unknown. 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 positive and significant effect on purchasing decisions, price has a positive and significant effect on purchasing decisions. And Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision



UNIVERSITAS
MERCU BUANA