

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of promotion and product quality on purchasing decisions coca cola brand. The object of this research is Employee Division SED PT.Mikuni Indonesia located in Cikarang-Bekasi. This research was conducted to 44 respondents by using quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used is statistical analysis in the form of multiple linear regression test.*

*The results of this study indicate that the partial and simultaneous promotional variables and product quality significantly influence the purchase decisions of coca cola brand. This is evidenced from the results of Anova test (F test) and partial test results (t test) also showed significant value of two free variables that support the hypothesis. Therefore the test results of this study states that there is a simultaneous influence between promotional variables and product quality on purchasing decisions coca cola brand.*

*Keywords : Promotion, Product Quality, Purchase Decision*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman merek coca cola. Objek penelitian ini adalah **Karyawan Divisi SED PT.Mikuni Indonesia** yang berlokasi di Cikarang-Bekasi. Penelitian ini dilakukan terhadap 44 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistic dalam bentuk uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel promosi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman merek coca cola. Hal ini dibuktikan dari hasil uji Anova (uji F) dan hasil uji parsial (uji t) juga menunjukkan nilai signifikan dari dua variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman merek coca cola.

**Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Keputusan pembelian**