

## ABSTRACT

*This research aims to know the influence of advertising and quality of products the purchasing decision. The sampel is taken 100 respondents with the Non- Probability sampling technique with convenience sampling. Data collection is done using a questionnaire. An analysis of the data used was statistical analysis in the form of the double linear regression test.*

*The result of this research shows that either simultaneously or partially, the variable of advertising and quality of product influence of the purchasing decision Bolt 4G LTE Wifi in Rawa Buaya. It has been proven from the result of (f) simoultant test and the result of (t) partial shows significant point of two independent variables that supports the hipothesys. Therefore, the accepted assumption there is influence between advertising and quality of product of the purchasing decision Bolt 4G LTE Wifi in Rawa Buaya*

*Keyword : advertising, quality of product , purchasing decision*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Diambil sampel 100 responden dengan teknik *Non- Probability sampling* dengan *convenience sampling* di Rawa Buaya. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, variabel iklan dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Bolt 4G LTE Wifi di Rawa Buaya . Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dan hasil uji parsial (uji t) juga menunjukkan nilai signifikan dari dua variabel bebas yang mendukung hipotesis. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel iklan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Bolt 4G LTE Wifi di Rawa Buaya.

Kata kunci : iklan, kualitas produk, keputusan pembelian

