

ABSTRAKSI

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro 3 Second Kediri

Dosen Pembimbing : Ahmad Jauhari, S.Sos.,MM
: Angga Permana M., SE.MM
Nama Mahasiswa : Bobby Ady Prayoga
NPM : 161 302 10 479

Abstraksi

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adakah hubungan antara pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Distro 3 Second Kediri. Manfaat bagi Distro 3 Second Kediri agar bisa tetap mempertahankan kelayakatan konsumen dalam pembelian produk. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobably sampling*, dengan memperoleh sebanyak 99 responden konsumen Distro 3 Second Kediri, data penelitian diambil menggunakan kuesoner.

Teknik analisis yang digunakan antara lain adalah, uji validitas, uji reabilitas, uji analisis regresi linier berganda, uji t (parsial), dan uji F (simultan). Hasil dari uji tersebut menunjukan variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Promosi (X3) secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan secara parsial variabel Kualitas Produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Variabel Harga (X2) dan Promosi (X3) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Hasil analisis persamaan uji regresi linier berganda $Y = 13,635 + 0,031X1 + 0,430X2 + 0,519X3$, hasil uji t variabel Kualitas Produk (X1) mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar $0,894 < t_{tabel} 1,98525$ dan nilai signifikansi sebesar $0,374$ yang lebih besar dari $0,05$, hasil uji t variabel Harga (X2) mendapatkan nilai $t_{hitung} 2,839 > t_{tabel} 1,98525$ dan nilai signifikansi sebesar $0,006$ yang lebih kecil dari $0,05$, hasil uji t variabel Promosi (X3) mendapatkan nilai $t_{hitung} 7,220 > t_{tabel} 1,98525$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000$ yang lebih kecil dari $0,05$. Hasil uji F mendapatkan nilai F_{hitung} sebesar $70,770 > F_{tabel} 2,70$ dengan nilai signifikansi (sig.) sebesar $0,000$ yang jauh lebih kecil dari $0,05$.

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