

Judul Penelitian : Pengaruh Price, Place, Dan Direct Marketing Terhadap Purchase Decision Produk Serabut Kelapa Pada Rahma Craft Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri

Dosen Pembimbing : Dr. Ir. H. Moch. Saleh Udin, M.M
: Taufik Akbar, S.E., M.E
Nama Mahasiswa : Adissya Nur Rahma
NPM : 19.13021.0252

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan membuktikan hipotesis mengenai adakah pengaruh *price*, *place*, dan *direct marketing* terhadap *purchase decision* produk serabut kelapa pada Rahma Craft Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling* dengan jumlah populasi sebanyak 110 konsumen Rahma Craft dan sampel sebanyak 86 konsumen.

Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), serta koefisien determinan (R^2) yang diolah menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa secara parsial *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* diperoleh nilai signifikan t sebesar $0.001 < 0.05$. *Place* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* diperoleh nilai signifikan t sebesar $0.005 < 0.05$. *Direct marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* diperoleh nilai signifikan t sebesar $0.001 < 0.05$. *Price*, *place*, dan *direct marketing* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* produk serabut kelapa pada Rahma Craft Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri dengan melihat dari nilai signifikan F sebesar $0.000 < 0.05$.

Kata kunci : Price, Place, Direct Marketing, Purchase Decision