

ABSTRAK

Stevanus Elber Sasongko 15217769

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP MINUMAN HAUS, di DEPOK-KELAPA DUA

Penulisan Ilmiah, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2020

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

(xiii+61+lampiran)

Penulisan ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan pertimbangan tertentu dan harus mewakili populasi yang akan diteliti. Uji validitas instrumen menggunakan perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel sedangkan uji realibilitasnya menggunakan patokan nilai Alpha Cronbach. Metode penelitian yang digunakan adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikoloneritas, uji heteroskedestisitas, uji hipotesis dilakukan dengan uji- f dan uji- t serta analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan memperoleh nilai Adjusted R square sebesar 0,555. Hal ini berarti pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian minuman Haus sebesar 55,5 % dan sisanya 45,5 % dijelaskan oleh variabel lain.