

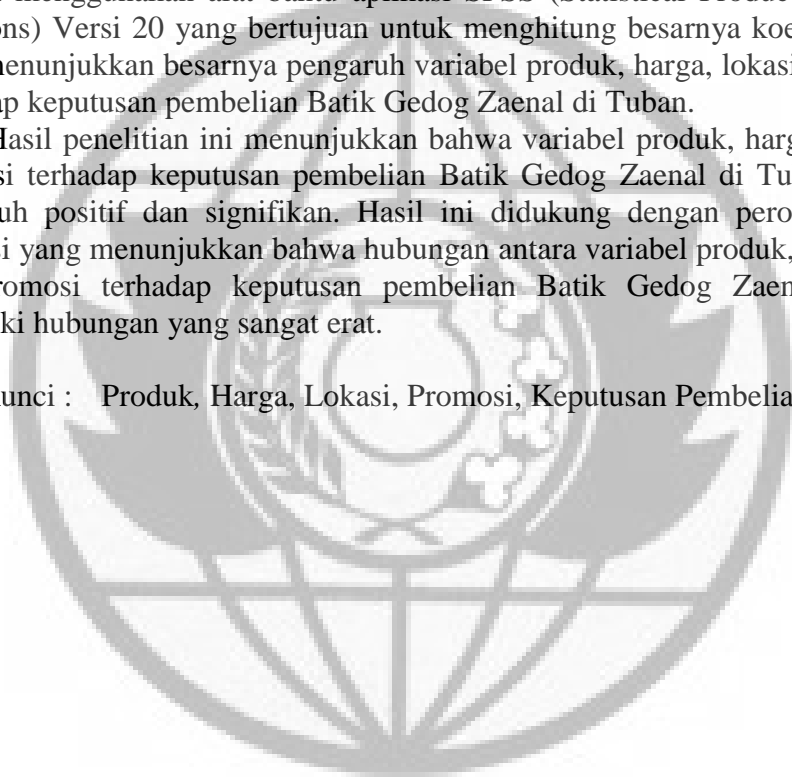
ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian Batik Gedog Zaenal di Tuban.

Jenis penelitian yang digunakan penelitian asosiatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Batik Gedog Zaenal di Tuban. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, berdasarkan kriteria yaitu : konsumen yang sudah membeli batik yang berupa kain gedog zaenal di tuban diperoleh jumlah sampel sebesar 100 responden. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang berbentuk kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan alat bantu aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solutions) Versi 20 yang bertujuan untuk menghitung besarnya koefisien regresi guna menunjukkan besarnya pengaruh variabel produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian Batik Gedog Zaenal di Tuban.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian Batik Gedog Zaenal di Tuban memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hasil ini didukung dengan perolehan tingkat korelasi yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian Batik Gedog Zaenal di Tuban memiliki hubungan yang sangat erat.

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



ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of product, price, location, and promotion on buying decision of Batik Gedog Zaenal in Tuban.

The research was associative. While, the population was consumers who bought some products of Batik Gedog Zaenal in Tuban. Moreover, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on criteria given. In line with, there were 100 respondents of consumer who bought Batik cloth of Gedog Zaenal in Tuban; as sample, furthermore, the data were primary which in form of questionnaires. Additionally, the data analysis technique used multiple regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 20 which aimed to count how much regression coefficient was. This result would show how big the effect of product, price, location and promotion on buying decision of Batik Gedog Zaenal in Tuban.

The research result concluded product, price, location and promotion had positive and significant effect on buying decision of Batik Gedog Zaenal in Tuban. In addition, it was supported by the amount of correlation level that showed very strong relationship of product, price, location and promotion on buying decision of Batik Gedog Zaenal in Tuban.

Keywords: product , price, location, promotion, buying decision

