

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk minuman Suweger PT Sinergitas Indonesia Muda (studi pada pelanggan Kedai Suweger Ketintang Surabaya).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan kedai Suweger Ketintang Surabaya yang tidak diketahui jumlah secara pastinya atau bersifat *infinite*. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *accidenta Isampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan yaitu bersumber dari data primer yang di dapatkan melalui penyebaran kuisisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian uji asumsi klasik yang dilakukan melalui normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan tidak melanggar syarat yang telah ditentukan. Sedangkan hasil uji kelayakan model yang dilakukan dengan uji F dan koefisien determinasi, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

This study aims to test the impact of the product quality, the promotion and the price toward the purchasing decision for the product of Suweger PT Sinergitas Indonesia Muda (the study on the customers of the Suweger at Ketintang Surabaya).

The applied population of this study are customers of SuwegerKetintang Surabaya who the numbers are unknown or infinite. The technique for collecting the samples is the accidental sampling with 100 respondents. The type of the data is the primary data which are collected by distributing the questionnaires. The analysis of this study applies the multiple linear regression.

The result of the classic assumption test, which is done by the normality, the multicollinearity and the heteroscedasticity, shows that the applied variables do not defy the determined requirements. On the other hand, the result of the propertes model test which is done by applying the F test and the coefficient determination, the applied regression model are appropriate. The result of the hypothesis shows that the product quality, the promotion, and the price give significant impact to the purchasing decision.

Keywords: the product quality, the promotion, the price and the purchasing decision.

