

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT. Sirkah Purbantara Utama (PT. SPU MIX). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian kausal komparatif (*Causal comparative research*). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kontraktor dari suatu perusahaan yang menggunakan PT. Sirkah Purbantara Utama (PT. SPU MIX) dalam menggunakan produk beton siap cor yang berjumlah besar dan sangat tidak terbatas. Sampel yang diambil sebanyak 98 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Metode analisis yang dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan dibantu menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Sirkah Purbantara Utama (PT. SPU MIX). Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap PT. Sirkah Purbantara Utama (PT. SPU MIX). Serta promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap PT. Sirkah Purbantara Utama (PT. SPU MIX).

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research was aimed to examine the effect of price, product quality, and promotion on the purchasing decision at PT. Sirkah Purbantara Utama (PT. SPU MIX). This research was quantitative with causal-comparative research. Furthermore, the population of this research used all the contractors from a company that had ever used PT. Sirkah Purbantara Utama (PT. SPU MIX) in using large amounts and unlimited cast-ready concrete products. The research sample was taken 98 respondents. Moreover, the sample collection technique of this research used non-probability sampling. Meanwhile, the analysis method used multiple linear regressions analysis with SPSS (Statistical Product and Service Solutions) program 25 version.

The result of this research showed that price had a positive and significant effect on the purchasing decision at PT. Sirkah Purbantara Utama (PT. SPU MIX). Besides, product quality had a positive and significant effect on the PT. Sirkah Purbantara Utama (PT. SPU MIX). In addition, the promotion had a positive and significant effect on the PT. Sirkah Purbantara Utama (PT. SPU MIX).

Keywords: price, product quality, promotion, purchase decision.

