

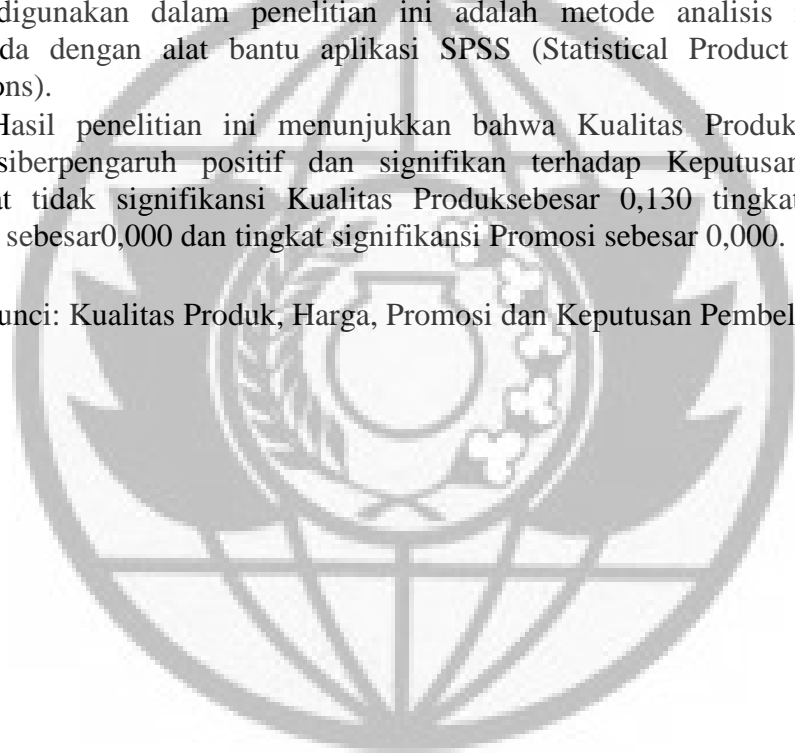
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian, mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di ayam Reog Chicken Surabaya.

Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan Incidental sampling pada konsumen yang telah datang lebih dari sekali dan telah menjadi pelanggan di Reog Chicken Surabaya Utaradan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka diperoleh sampel sebanyak 90 responden. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, Harga dan Promosi, sedangkan variabel independennya adalah Keputusan Pembelian. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solutions).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Tingkat tidak signifikansi Kualitas Produk sebesar 0,130 tingkat signifikansi Harga sebesar 0,000 dan tingkat signifikansi Promosi sebesar 0,000.

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



ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of product quality, price and promotion on consumer purchasing decisions in Reog Chicken Surabaya.

The population in this study were consumers who made purchases at the Reog Chicken Surabaya outlet on Jl. Sampoerna No. 30 Surabaya, whose number is unknown. Samples were obtained using incidental sampling for consumers who had come more than once and had become customers at Reog Chicken Surabaya and based on predetermined criteria, a sample of 90 respondents was obtained. Data collection techniques are carried out directly from consumers using questionnaires or questionnaires. The dependent variable used in this study is product quality, price and promotion, while the independent variable is a purchasing decision. The analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis with SPSS application tools.

The results of this study indicate that product quality has no significant effect on purchasing decisions, prices have a significant effect on purchasing decisions, and promotion has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchasing Decision

