

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mie instan merek Lemonilo. Anggota populasi yang digunakan didalam penelitian ini adalah Mahasiswa/i aktif Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah atau belum pernah melakukan pembelian dan mengkonsumsi mie instan merek Lemonilo.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu *software* SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22.0. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Hasil yang diperoleh didalam penelitian ini menunjukkan bahwasanya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of product quality, price, and promotion on the purchase decision of lemonilo, instant noodle. The reseach population used the active students of the School of Economics (STIESIA) Surabaya who had ever purchased and consumed the Lemonilo, instant noodle.

This reseach was quantitative. Moreover, the data type used primary and secondary data. Furthermore, the reseach sample collection technique used multiple linear regressions analysis with the SPSS software (Statistical Product and Service Solution) 22.0 version. Additionally, the instrument examination used a validity and reliability test.

The reseach result obtained that noodle. On the other hand, the price had a negative and significant effect on the purchase decision of Lemonilo, instant noodle. In contrast, promotion had a positive and significant effect on the purchase decision of Lemonilo, instant noodle

Keywords: *Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision*

