

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen ayam goreng *crispy* (studi pada Dynes Fried Chicken cabang Kaliasin Surabaya).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen ayam goreng *crispy* pada Dynes Fried Chicken. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linear berganda.

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

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

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of product quality, price and promotion on consumers' buying decisions of crispy fried chicken (A Study of Dynes Fried Chicken branch of Kaliasin, Surabaya).

The population was consumers of crispy fried chicken of Dynes Fried Chicken. Moreover, the data collection technique used accidental sampling. In line with that, there were 100 respondents as the sample. Furthermore, the data were primary, which were taken from consumers' questionnaires. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression.

The research result concluded that the classical assumption test which, through normality test, multicollinearity test, and heteroscedastic test, showed that all variables used did not go against the criteria given. Meanwhile, the result of a proper model test which, through F-test and determination coefficient, the regression model was properly used. In addition, from hypothesis test results, it concluded that product quality, price, and promotion had a significant effect on buying decisions.

Keywords: *Product Quality, Price, Promotion, Buying Decisions*



I certify that this translation is true and accurate, Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day 08/03/22

M. Faisal, S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia