

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UD Tape 31 Bondowoso. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian survey (*Survey Research Design*). Populasi yang digunakan pada penelitian ini tidak terbatas atau *infinite*, yang dimana adalah seluruh konsumen yang pernah datang dan melakukan pembelian pada UD Tape 31 Bondowoso. Sampel yang diambil sebesar 100 responden dengan perhitungan menggunakan rumus *lamesshow*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan *accidental sampling* dimana cara pengambilan sampelnya dengan kebetulan atau spontanitas, artinya siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dimanfaatkan sebagai sampel. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perhitungan menggunakan sistem program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) Versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Promosi, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada UD Tape 31 Bondowoso.

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

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of price, promotion, and product quality on buying decisions at UD. Tape 31 Bondowoso. The research was quantitative with the survey as its design. Furthermore, the population was unlimited or infinite, in which all consumers who had ever come and bought at UD. Tape 31 Bondowoso. As its formula in data collection technique used lamesshow, there were 100 respondents as a sample. Moreover, the data collection technique used non-probability sampling. While, the sampling technique used accidental sampling, in which the sample was taken accidentally or spontaneously. This meant that every consumer who met accidentally with the research was the sample. The data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 25.

The research result concluded that price had a significant effect on buying decisions. Likewise, the promotion had a significant effect on buying decisions. Similarly, product quality had a significant effect on buying decisions at UD. Tape 31 Bondowoso.

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

