

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian dan menggunakan produk CV Sagung Seto Cabang Dharmahasada Surabaya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dimana respondennya merupakan laki-laki dan perempuan dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sedangkan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 25.

Hasil uji kelayakan model menunjukkan ketiga variabel adalah positif dan signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi uji F yaitu  $0,000 < \alpha 0,05$ , sehingga variabel kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian dalam model ini layak untuk digunakan. Selanjutnya, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk CV Sagung Seto Cabang Dharmahasada Surabaya.

**Kata Kunci:** kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian.

## ABSTRACT

*This research aimed to examine and analyze the effect of product quality, price, and promotion on purchasing decisions. The population was consumers who had bought and used the product at CV Sagung Seto Cabang Dharmahusada Surabaya.*

*The research was quantitative. Moreover, the data were primary. The data collection technique used purposive sampling, in which either men or women became the respondent. In line with that, there were 100 respondents as the sample. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 25.*

*The result of the proper model test showed that all variables (product quality, price, promotion) were positive and significant. It could be seen from the significance value of the F-test, i.e.  $0.000 < \alpha < 0.05$ . This meant the model was properly used. Additionally, the t-test concluded that product quality, price, and promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions at CV Sagung Seto Cabang Dharmahusada.*

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



I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day

24/2/23

M. Faizal, S.Pd., M.Pd.

STIESIA Language Center  
Menur Pumpungan 30116, Surabaya 19, Indonesia