

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian melalui promosi sebagai variabel *intervening* pada Kedai Kopi Janji Jiwa Cabang Royal Regal. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Sementara variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah promosi.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Kopi Janji Jiwa yang melakukan pembelian minuman kopi di Kedai Kopi Janji Jiwa Cabang Royal Regal yang berjumlah 100 responden. Jumlah sampel yang dihitung menggunakan rumus *Lemeshow* didapatkan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*) dengan menggunakan instrumen pendukung yaitu *software SmartPLS 3.0*.

Hasil penelitian pengaruh langsung menunjukkan bahwasanya harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap promosi. Sedangkan, hasil penelitian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwasanya promosi sebagai variabel *intervening* mampu memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan serta promosi sebagai variabel *intervening* mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan.

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

## ABSTRACT

*This research aimed to find out the effect of product quality, and price on the purchasing decisions through promotion as the intervening variable at Janji Jiwa Coffee shop Royal Regal branch. The independent variables were product quality and price. While the dependent variable used purchasing decisions. Meanwhile, the intervening variable was promotion.*

*The research was quantitative. Moreover, the population was all consumers of Janji Jiwa Coffee Shop who had ever bought coffee at Janji Jiwa Coffee Shop Royal Regal branch. Furthermore, the sampling technique used Lemeshow. The data collection technique used purposive sampling. In line with that, there were 100 respondents as the sample. The instrument in the data collection technique used questionnaires. Additionally, the data analysis technique used PLS (Partial Least Square) with SmartPLS 3.0.*

*The research result concluded that price, product quality, and promotion had a positive and significant effect on purchasing decisions. Likewise, both price and product quality had a positive and significant effect on the promotion. In addition, the result of the indirect effect showed that promotion as the intervening variable was able to mediate the effect of price positively and significantly on purchasing decisions. Similarly, promotion as the intervening variable was able to mediate the effect of product quality positively and significantly on purchasing decisions.*

**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

07/2/23

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

STIESIA Language Center  
Menur Pumpungan 60 Sambaya 60118, Indonesia