

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Mie Instan Merek Supermi (Studi Kasus pada Masyarakat di Surabaya).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli mie instan merek Supermi di Surabaya yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti (*infinite*), dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu teknik *purposive sampling* dengan rumus *lemeshow* yang ditentukan 100 orang responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner menggunakan skala likert. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen mie instan merek Supermi di Surabaya. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen mie instan merek Supermi di Surabaya, dan Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen mie instan merek Supermi di Surabaya.

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

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of product quality, price, and promotion on the purchasing decisions of Supermi instant noodles (A Case Study for Surabaya people).

The study was applied quantitatively. The population was all consumers who bought Supermi instant noodles in Surabaya, which had an infinite population. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling with the Lemeshow formula. In line with that, there were 100 respondents as the sample. Moreover, the instrument in the data collection technique was a questionnaire with a Likert scale. The data analysis used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product Service Solution) 26 versions.

The result concludes that product quality had a positive and significant effect on consumers' purchasing decisions for Supermi instant noodles in Surabaya. Likewise, price had a significantly positive effect on consumers' purchasing decisions for Supermi instant noodles in Surabaya. Similarly, the promotion had a positive and significant effect on consumers' purchasing decisions for Supermi instant noodles in Surabaya.

Keywords: *product quality, price, promotion, purchasing decisions.*

