ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KEDAI MAKROT KARAWANG

Vera Fauziah
Universitas Buana Perjuangan
Karawang Agustus 2019

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Kedai Makrot Karawang 2) pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen Kedai Makrot Karawang 3) pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen Kedai Makrot Karawang.

Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan kuisioner, sampel pada penelitian ini adalah 149 orang konsumen Kedai Makrot Karawang dengan menggunakan sampling *Non*probability analisis data yang digunakan adalah path analysis, selanjutnya dilihat berapa pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen sehingga dapat dijelaskan bahwa kualitas produk dan promosi penjualan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai koefisien desterminasi 85,1% dan dipengaruhi variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, sisanya 14,9% dipengaruhi variabel lain.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk dan promosi penjualan melalui uji parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sementara itu secara uji simultan didapatkan bahwa kualitas produk dan promosi penjualan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen Kedai Makrot Karawang. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan

promosi penjualan adalah hal yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan pembelian konsumen demi terwujudnya tujuan kedai makrot karawang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi Penjualan, dan Keputusan Pembelian Konsumen.

ABSTRACT

EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND SALES PROMOTION ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS KEDAI MAKROT KARAWANG

Vera Fauziah
Buana University University
Karawang August 2019

This study is to determine the effect of product quality on the purchase decision of Kedai Makrot Karawang 2) the effect of sales promotion on the consumer purchasing decision of Kedai Makrot Karawang 3) the influence of product quality and sales promotion on the consumer purchase decision of Kedai Makrot Karawang.

This research method uses quantitative methods with data collection techniques with questionnaires, the sample in this study was 149 Kedai Makroet Karawang consumers using samples. Analysis of unpredictable data used is path analysis, then discussed about quality products and sales promotions for purchases Estimated product quality and promotions Sales demands together against consumer purchasing decisions with a value of 85.1% determination coefficient and free change variables used in this study, 14.9% were accepted in relation to other variables.

The results of this study discuss about product quality and sales promotion through a partial test having a significant influence on consumer purchasing decisions, meanwhile simultaneous tests of obtaining product quality and sales promotions are linked together to consumer purchasing decisions at Kedai Makrot Karawang. The results of this study can be denied from the quality of the product and sales promotion are things that need to be considered to increase consumer purchases for the purpose of the realization of the Karawang shop.

Keywords: Product Quality, Sales Promotion, and Consumer Purchasing Decisions