ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mi telur pada UMKM Ikawangi di Kabupaten Karawang. Pengujian dilakukan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun simultan guna memahami faktor dominan yang memengaruhi perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, melibatkan 96 responden yang terdiri dari pedagang dan konsumen tetap Mie Telur Ikawangi. Data diperoleh melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, promosi penjualan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas produk menjadi faktor dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian, diikuti oleh promosi penjualan yang berperan dalam menarik perhatian dan meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa dalam meningkatkan keputusan pembelian, UMKM perlu mengombinasikan strategi promosi yang menarik dengan kualitas produk yang konsisten dan unggul. Secara praktis, penelitian ini memberikan panduan bagi UMKM Ikawangi dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan. Secara akademis, penelitian ini memperkuat teori perilaku konsumen terkait pentingnya kualitas produk dan promosi dalam memengaruhi keputusan pembelian di sektor UMKM.

Kata Kunci: kualitas produk, promosi penjualan, keputusan pembelian, UMKM, mie telur Ikawangi

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of sales promotion and product quality on purchasing decisions of egg noodles at Ikawangi MSMEs in Karawang Regency. The analysis was conducted to examine the influence of each variable both partially and simultaneously in order to identify the dominant factors affecting consumer behavior. This research employed a quantitative approach with a descriptive method, involving 96 respondents consisting of traders and regular consumers of Ikawangi egg noodles. Data were collected through closed-ended questionnaires using a five-point Likert scale and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that partially, both sales promotion and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, these two variables also have a significant influence on purchasing decisions. The findings reveal that product quality is the dominant factor influencing purchasing decisions, followed by sales promotion, which plays a role in attracting attention and increasing purchase intention. This suggests that in improving purchasing decisions, MSMEs need to combine attractive promotional strategies with consistent and superior product quality. Practically, this study provides guidance for Ikawangi MSMEs in formulating more effective and sustainable marketing strategies. Academically, this research strengthens consumer behavior theory regarding the importance of product quality and promotion in influencing purchasing decisions in the MSME sector.

Keywords: product quality, sales promotion, purchasing decision, MSMEs, egg noodles Ikawangi

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
SURAT PERNYATAAN ..... **iv**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**
ARTIKEL UTAMA **1**
DAFTAR PUSTAKA **12**
LAMPIRAN **14**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Profil Responden **3**
Tabel 2. Hasil Uji Validitas **5**
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas **6**
Tabel 4. Hasil Uji Normalitas **6**
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas **6**
Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas **7**
Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda **7**
Tabel 8. Hasil Uji t **8**
Tabel 9. Hasil Uji F **8**
Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi **9**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Cek Turnitin **14**
Lampiran 2. Surat Permohonan Izin Penelitian..... **15**
Lampiran 3. Instrumen Penelitian..... **16**
Lampiran 4. Item Pernyataan **19**
Lampiran 5. Dokumentasi UMKM Dan Produk..... **21**
Lampiran 6. Dokuemtasi Responden..... **21**
Lampiran 7. Tabulasi Data **22**
Lampiran 8. LoA Publish Jurnal **32**
Lampiran 9. Kartu Bimbingan **33**
Lampiran 10. Sertifkat TOEFL **35**
Lampiran 11.Sertifikat Icbens..... **36**
Lampiran 12. Sertikat Ujikom **37**
Lampiran 13. Bukti SKPI..... **38**
Lampiran 14. Daftar Riwayat Hidup **39**