

ABSTRAK

M RIZKI ALHAKIM. NIM 2412008457 Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum di Kota Bogor.

Perkembangan bisnis dengan ilmu pengetahuan dewasa ini sangat berkaitan erat begitupun dengan perkembangan teknologi tahun demi tahun terus menunjukkan kemajuan yang pesat, Munculnya berbagai produk minuman kemasaan, saat ini membuat persaingan didalam satu macam produk ini semakin ketat, dimana perusahaan satu dan yang lainnya saling menunjukkan kelebihanannya masing-masing kepada pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum di Kota Bogor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Metode pemilihan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling* . Adapun sampel tersebut sebesar 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil uji regresi menunjukan bahwa sebesar 21,5% faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh promosi, harga dan kualitas produk sedangkan sisanya sebesar 78,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t menunjukan variabel promosi menunjukan hasil analisis thitung (1,485) ini menunjukan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan karena ttabel dari penelitian ini yaitu 1,984 dan variabel harga menunjukan hasil thitung (2,305) > tabel (1,984) yang berarti variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. sedangkan variabel kualitas produk dengan nilai analisis thitung (3,464) > ttabel (1,984) ini menunjukan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Kota Bogor. Sedangkan hasil uji F menunjukan bahwa secara simultan variabel promosi, harga dan kualitas produk secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Kota Bogor, dengan hasil analisis yaitu nilai Fhitung (10,015) > Ftabel (2,70).

Kata kunci : promosi, harga, kualitas produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

M RIZKI ALHAKIM. NIM 2412008457 The Influence of Promotion, Price and Product Quality on Purchase Decisions for Pucuk Harum Tea in Bogor City.

The development of business and science today is very closely related, as well as technological developments that year after year continue to show rapid progress. The emergence of various of packaged beverage products has now made competition in one type of product increasingly tight, where one company and another compete with each other. demonstrate their respective advantages to customers.

The aim of this research is to determine and analyze the influence of promotion, price and product quality on purchasing decisions for Pucuk Harum tea in Bogor City. The type of research used is explanatory research with a research method in the form of data collection using a questionnaire. The data analysis model used is multiple linear analysis. The sample selection method was carried out by accidental sampling using Slovin's theory. The sample was 100 respondents, using multiple linear regression analysis.

The results of the regression test show that 21.5% of the factors influencing purchasing decisions can be explained by promotion, price and product quality, while the remaining 78.5% is explained by other factors not examined in this research. The results of the t test show that the promotion variable shows that the results of the tcount analysis (1.485) show that the promotion variable has no significant effect because the ttable from this research is 1.984 and the price variable shows the results of tcount (2.305). The price variable also has a significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, the product quality variable with a t-count analysis value of (3.464) shows that the product quality variable has a significant influence on purchasing decisions for Pucuk Harum Tea in Bogor City. Meanwhile, the results of the F test show that the promotion, price and product quality variables simultaneously have a significant effect on purchasing decisions for Pucuk Harum Tea in Bogor City, with the analysis results being the Fcount (10.015) > Ftable (2.70).

Keywords : promotion, price, product quality, purchase decision