

## ABSTRAKS

### **Analisis Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fletcher & Co***

Fashion merupakan sub sektor dominan dalam memberikan kontribusi ekonomi. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang fashion adalah *Fletcher & Co* yang memproduksi produk pakaian khususnya celana jeans dengan konstruksi kuno (*vintage*). Dalam kegiatan penjualan produknya *Fletcher & Co* mengalami fluktuasi penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah promosi, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen *Fletcher & Co*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen *Fletcher & Co* yang membeli produk *Fletcher & Co* dalam satu tahun terakhir berjumlah 65 orang. Teknik penentuan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling jenuh*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner yang disebar kepada konsumen *Fletcher & Co*. Sementara itu, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel promosi, harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen *Fletcher & Co*. Pengaruh secara parsial (individu) menunjukkan bahwa promosi dan harga berpengaruh secara signifikan dalam mempengaruhi keputusan konsumen *Fletcher & Co*, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Fletcher & Co*.

**Kata kunci: Promosi, Harga, Kualiatas Produk, Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

### **The Influence Analysis of Promotion, Price and Product Quality on Customer Purchasing Decision of *Fletcher & Co***

Fashion is a dominant sub-sector which contributes significantly to the economy. *Fletcher & Co* is a fashion company which produces vintage jeans. The sales of the company have been inconsistent thus far. The purpose of this research is to determine the influence of promotion, price, and product quality on the consumer purchasing decision of *Fletcher & Co*. The population of this research is 65 *Fletcher & Co* purchasing consumers from the past year. Saturated sampling is used as sampling technique in this research. This research is a quantitative research with questionnaire as data collection method. Multiple Linear Regression is used to analyze the research data. Research results suggest that promotion, price, and product quality show simultaneous significant influence on the consumer purchasing decision of *Fletcher & Co*. The research also concludes that promotion and price have significant partial influence on the consumer purchasing decision, whereas product quality shows no significant partial influence on the consumer purchasing decision of *Fletcher & Co*.

**Key Words: Promotion, Price, Product Quality, Customer Purchasing Decision**

