

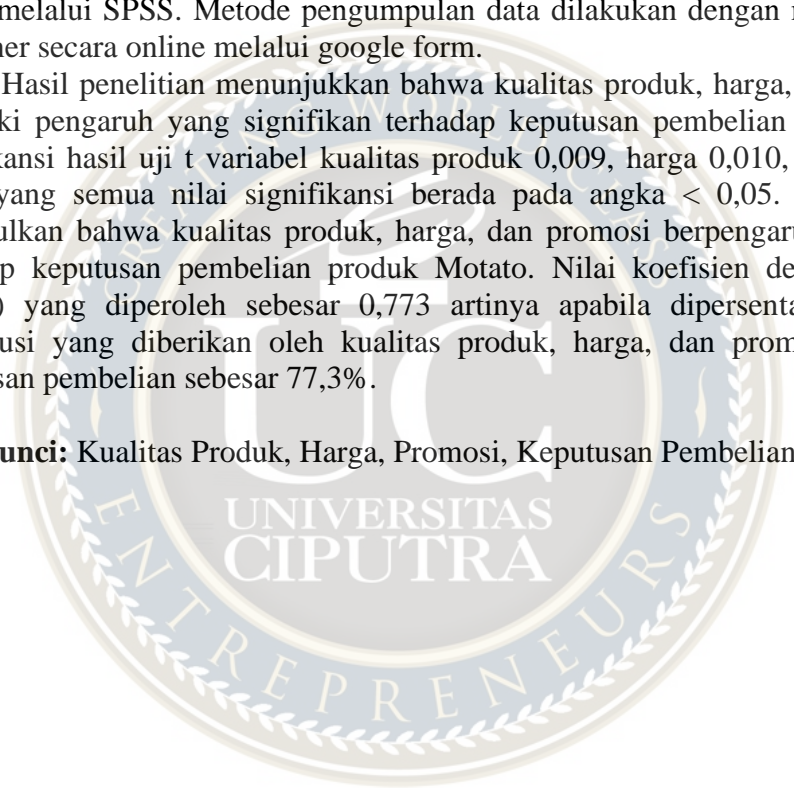
ASBTRAK

Penjualan produk mashed potato dari Motato masih belum sesuai target. Peningkatan penjualan menjadi prioritas bagi Motato dengan melakukan perbaikan terhadap kegiatan pemasaran terutama pada produk, harga, dan promosi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Motato, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi yang diambil sebanyak 70 responden dengan teknik pengambilan sampel adalah sampel jenuh. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda yang diolah melalui SPSS. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui google form.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi hasil uji t variabel kualitas produk 0,009, harga 0,010, dan promosi 0,000 yang semua nilai signifikansi berada pada angka $< 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Motato. Nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,773 artinya apabila dipersentasekan maka kontribusi yang diberikan oleh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 77,3%.

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



ABSTRACT

The Sales of mashed potato products from Motato are still not on target. Increasing sales is a priority for Mototo by making improvements to marketing activities, especially in products quality, prices, and promotions. This research is done to find out the effect of product quality, price, and promotion on purchase decision of Motato product.

This study uses a quantitative approach with a population of 70 respondents with the sampling technique being a saturated sample. This search is also use multiple linear regression analysis method that is processed through SPSS. The method of data collection is done by distributing online questionnaires through Google form.

The results of the research show that product quality, price, and promotion have significant effect on purchase decision with the significant value of 0,009 t test result of product quality variable, 0,010 price dan 0,000 promotion, all significant values are at the number $< 0,05$. Therefore, it can be concluded that product quality, price, and promotion variables significant affect partially on purchase decision of Motato product. The value of the coefficient of determination (R Square) obtained is 0.773, meaning that if it is a percentage, the contribution given by the product, price, and promotion to purchasing decisions is 77.3%.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision

