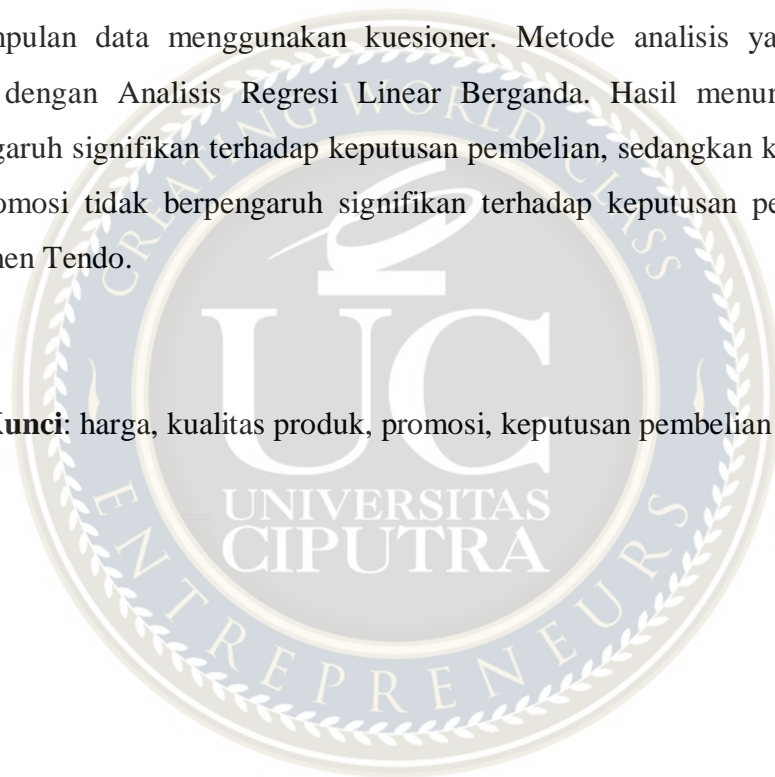


ABSTRAK

Dunia perdagangan saat ini semakin bermacam-macam usaha dan bisnis yang muncul seiring perkembangan zaman. Penentuan harga, kualitas produk serta promosi yang dilakukan harus tepat. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh variabel harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Sambal Tendo. Penelitian yang digunakan adalah dengan penelitian kuantitatif. Skala pengukuran menggunakan skala *Likert* dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah dengan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil menunjukkan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tendo.

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



ABSTRACT

The world of commerce today has increased various types of business that emerge in accordance with era development. Price determination, product quality and promotion that are done have to be accured. The purpose of this research is to analyze the effect of price, product quality and promotion variables on purchase decisions of Sambal Tendo consumer. The research that is used is with quantitative research. The measurement scaled uses Likert scale with data collection by using questionnaire. The analysis method that is used is with Multiple Linear Regression Analysis. The result shows that price affects significant on purchase decision, while product quality and promotion do not affected significant on purchase decision of Tendo consumers.

Keywords: *price, product quality, promotion, purchase decision*

