

## ABSTRAK

**Richard Halim, 181010153. 2022, Analisis Pengaruh Harga, Kualitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dra. Pesta Gultom, M.M, Pembimbing II: Ihdina Gustina, S.E., M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan, Untuk mengetahui bagaimana Kualitas terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan, untuk mengetahui bagaimana pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga, Kualitas dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder, unit analisis dalam penelitian ini adalah Indotama Limas Makmur Medan serta unit observasinya adalah konsumen Indotama Limas Makmur Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Indotama Limas Makmur Medan sebanyak 143 pelanggan. Teknik pengambilan sampel penelitian dengan rumus Slovin dan diperoleh sebanyak 105 pelanggan. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 1,596 + 0,396 Harga + 0,590 Kualitas Produk + 0.282 Promosi + e**.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan. Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan. Harga, Kualitas dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Indotama Limas Makmur Medan dan pengaruh sebesar 50.3%.

**Kata Kunci : Harga, Kualitas, Promosi, Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRACT**

**Richard Halim, 181010153, Analysis of the effect of price, quality and promotion on purchasing decisions in Indotama Limas Makmur Medan, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dra. Pesta Gultom, M.M, Advisor II: Ihdina Gustina, S.E., M.M.**

*This study aims to determine how the influence of price on purchasing decisions in Indotama Limas Makmur Medan, to know how the quality of purchasing decisions in Indotama Limas Makmur Medan, to know how the influence of promotion on purchasing decisions in Indotama Limas Makmur Medan and to know how the influence of price, quality and promotion on purchasing decisions in Indotama Limas Makmur Medan.*

*The research methodology used is quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, which is data obtained in the form of numbers or Numbers. The source of data in the form of primary data and secondary data, the unit of analysis in this study is Indotama Limas Makmur Medan and the observation unit is a consumer of Indotama Limas Makmur Medan. The population in this study were consumers of Indotama Limas Makmur Medan as many as 143 Customers. Research sampling technique with Slovin formula and obtained as many as 105 customers. The data was analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation of the **purchase decision = 1.596 + 0.396 price + 0.590 product quality + 0.282 promotion + e.***

*The results showed that the price has a positive and significant effect on purchasing decisions in Indotama Limas Makmur Medan. Quality has a positive and significant effect on purchasing decisions in Indotama Limas Makmur Medan. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions in Indotama Limas Makmur Medan. Price, quality and promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions in Indotama Limas Makmur Medan and influence of 50.3%.*

**Keywords: Price, Quality, Promotion, Purchase Decision..**