

ABSTRAK

Novelia, 181010093, 2022, Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Delunashop, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si., Pembimbing II: Dr. Hengky Kosasih BA (Hons), M.M., MBA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Delunashop, mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Delunashop, mengetahui pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Delunashop.

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. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Delunashop selama periode 2020 sebanyak 911 konsumen. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 113 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 16,529 + 0,406 Promosi + 0,244 Kualitas Produk + e.**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Promosi memiliki nilai $t_{hitung} (3,803) > t_{tabel} (1,987)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Delunashop. Hasil analisis menunjukkan Kualitas Produk memiliki nilai $t_{hitung} (2,354) > t_{tabel} (1,987)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Delunashop.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Delunashop berdasarkan nilai $F_{hitung} (23,880) > F_{tabel} (3,10)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Delunashop. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai $R Square (R^2)$ atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,340 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Promosi dan Kualitas Produk sebesar 34% sedangkan sisanya 66% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti penetapan harga, kualitas layanan, motivasi konsumen, loyalitas, perilaku konsumen dan berbagai variabel lainnya.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Novelia, 181010093, 2022, Effect of Promotion and Product Quality on Purchase Decisions at Delunashop, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I: Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Sc., Supervisor II: Dr. Hengky Kosasih BA (Hons), M.M., MBA.

This study aims to determine the effect of Promotion on Purchase Decisions at Delunashop, determine the effect of Product Quality on Purchase Decisions at Delunashop, determine the effect of Promotion and Product Quality on Purchase Decisions at Delunashop.

The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all consumers who made purchases at Delunashop during the 2020 period as many as 911 consumers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the total sample size is 113 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation of Purchase Decision = 16.529 + 0.406 Promotion + 0.244 Product Quality + e.

The results of the research analysis show that the Promotion has a value of tcount (3.803) > ttable (1.987) with a significant level of 0.000 < 0.05 so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Promotions on Purchase Decisions at Delunashop. The results of the analysis show that Product Quality has a value of tcount (2.354) > ttable (1.987) with a significant level of 0.000 < 0.05 so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Product Quality on Purchase Decisions at Delunashop.

The results showed that Promotion and Product Quality had a positive and significant effect on Purchase Decisions at Delunashop based on the value of Fcount (23.880) > Ftable (3.10) with a significance of 0.00 < 0.05 so it can be concluded that there is a significant influence between Promotion and Product Quality simultaneously on Purchase Decisions at Delunashop. The results of this study are supported by the value of R Square (R²) or the coefficient of determination obtained is 0.340, meaning that the Purchase Decision variable can be explained by the Promotion and Product Quality variables by 34% while the remaining 66% is influenced by other factors originating from outside this research model. such as pricing, service quality, consumer motivation, loyalty, consumer behavior and various other variables.

Keywords: Promotion, Product Quality, Purchase Decision.