

ABSTRAK

Zidah Amalia, Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Ganezza Bakery Kabupaten Jombang di bawah Bimbingan Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., M.M.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada toko roti Ganezza Bakery Kabupaten Jombang. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang menggunakan skala Likert dengan menggunakan sampel sebesar 97 orang responden. Penelitian ini menggunakan metode teknik purposive sampling dan alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 25 menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk uji simultan, menunjukkan bahwa kualitas produk, inovasi produk dan promosi penjualan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,449 artinya bahwa model regresi yang diperoleh mampu menjelaskan bahwa variabel kualitas produk, inovasi produk dan promosi penjualan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada toko roti Ganezza Bakery di Kabupaten Jombang sebesar 44,9%. Sedangkan sisanya sebesar 55,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Inovasi Produk, Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Zidah Amalia, The Influence of Product Quality, Product Innovation and Sales Promotion on Purchasing Decisions at Ganezza Bakery Jombang Regency under the Guidance of Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., M.M.

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, product innovation and sales promotion on purchasing decisions at Ganezza Bakery, Jombang Regency. The research method uses quantitative methods. The data used are primary and secondary data. The research data was obtained by distributing questionnaires using a Likert scale using a sample of 97 respondents. This study used a purposive sampling technique and the analytical tool used was multiple linear regression with the help of the SPSS 25 program using multiple linear regression analysis techniques.

The partial test results show that product quality has a significant effect on purchasing decisions, product innovation has a significant effect on purchasing decisions and sales promotions have a significant effect on purchasing decisions. For simultaneous tests, it shows that product quality, product innovation and sales promotion together have a significant effect on buying decision. The coefficient of determination is 0.449 meaning that the regression model obtained is able to explain that the variable product quality, product innovation and sales promotion can influence purchasing decisions at Ganezza Bakery in Jombang Regency by 44.9%. While the remaining 55.1% is influenced by other variables not explained in this study.

Keywords: Product Quality, Product Innovation, Sales Promotion and Purchase Decision