

ABSTRAK

Khusnul Khotimah, Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Madura Pada Galery Pesona Bangkalan. Dibawah bimbingan Dr. Drs. H Pribanus Wantara, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik Madura pada Galery Pesona Bangkalan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli batik Madura pada Galery pesona Bangkalan. Dengan sampel sebanyak 60 responden diambil dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis data (Analisis regresi linier berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi R^2).

Hasil dari data yang diolah dalam program SPSS 23 menghasilkan bahwa promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji f secara simultan promosi, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Khusnul Khotimah, *The effect of promotion, price and product quality on purchasing decision of madura batik at the bangkalan pesona gallery. Under the guidance of Dr. Drs. H Pribanus Wantara, M,M.*

The study aims to test and analyze the impact of promotions, prices and the quality of products on the batik madura purchase decision on the charm fisheries. The study is using a predictive quantitative approach, the population in this study is the customer who used to buy batik madura at the charm gallery of the banker. With as many as 60 respondents taken using simple random sampling techniques. Data collected using a questionnaire. The tools of analysis in the study employ instrument testing, classic assumptions test, data analysis (linear regression analysis berganda, test t, test f and r²'s coefficient determinations).

The results of the data prepared in SPSS 23 result in that promotion is partial to positive and significant to purchase decisions, prices are partial to positive and significant to purchase decisions and product quality. Based on the simultaneous promotion of f, prices and quality products have a positive and significant impact on purchasing decisions.

Keywords: promotion, price, quality of product and purchase decisions