

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA USAHA BRYONA FLORIST SINGARAJA**

**Oleh**

**Ni Made Bintang Marsella Kinanti Putri, NIM 2017041231**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi dan kualitas produk baik secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pada usaha Bryona *Florist* Singaraja. Rancangan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian kausal. Subjek penelitian ini adalah Bryona *Florist* dan objek penelitian ini yaitu promosi, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden, dengan penentuan sampel menggunakan *non-probability sampling*. Metode pengumpulan data melalui dokumentasi serta pemberian kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) promosi dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. (2) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata-kata kunci: keputusan pembelian, kualitas produk, promosi,

***THE INFLUENCE OF PROMOTION AND PRODUCT QUALITY  
ON PURCHASING DECISIONS  
AT BRYONA FLORIST SINGARAJA BUSINESS***

**By**

**Ni Made Bintang Marsella Kinanti Putri, NIM 2017041231**

**Jurusan Manajemen**

***ABSTRACT***

*This study aims to examine the effect of promotion and product quality both simultaneously and partially on purchasing decisions at Bryona Florist Singaraja business. This research design uses quantitative research using causal research design. The subject of this research is Bryona Florist and the object of this research is promotion, product quality, and purchasing decisions. The number of samples in this study were 120 respondents, with sampling using non-probability sampling. Data collection methods through documentation and questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results of this study indicate that (1) promotion and product quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. (2) promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions (3) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

*Key words: purchasing decisions, product quality, promotion,*