

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KONFEKSI PADA R3K RUMAH
KONFEKSI**

Oleh

Zhaimmul Muzhoffar, NIM 1717041020

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh product great and promotion terhadap keputusan pembelian. Format penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian ini adalah Confection R3K dalam negeri dan objek yang diteliti adalah fine merchandise, promosi dan opsi beli. Teknik pengumpulan catatan menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan evaluasi regresi linier berganda dengan uji asumsi tingkat pertama. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) denda produk dan pemasaran berdampak besar pada pilihan pembelian produk di R3K Rumah Konfeksi, (2) merchandise memiliki pengaruh yang sangat baik dan besar pada pilihan belanja produk di R3K Rumah Konfeksi, dan (3) mempromosikan efek dan luas. mengenai pilihan pembelian produk di R3K Rumah Confection.

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

Abstract

This research was conducted to determine the effect of product great and promotion on purchasing decisions. The research format used in this study is causal quantitative. The subject of this research is Confection R3K in the country and the objects studied are fine merchandise, promotions and purchase options. The record collection technique used a questionnaire which was then analyzed using multiple linear regression evaluation with the first level assumption test. The results of this study indicate that (1) product fines and marketing have a large impact on product purchase choices at R3K Rumah Konfesi, (2) merchandise has a very good and large influence on product shopping choices at R3K Rumah Konfesi, and (3) promote effect and area. regarding product purchase options at R3K Rumah Confection.

Keywords: product quality, promotion, and purchasing decisions.