

ABSTRACT

This research is entitled The Effect of Promotion, Product Quality and Price on E-Viar Product Purchasing Decisions (Study at PT Triangle Motorindo Semarang) and the aim of this research is to determine the Effect of Promotion on E-Viar Product Purchasing Decisions, the Effect of Product Quality on Product Purchasing Decisions E-Viar and the Influence of Price on Purchase Decisions for E-Viar Products.

This research is quantitative research with questionnaire data collection techniques, the method used is Accidental Sampling. The population in this study were Indomilk milk consumers, with a sample of 100 respondents. The analytical tests used in this research are quantitative analysis, which includes validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The results of this research show that simultaneously the variables promotion, product quality and price have a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated F value of $7.916 > 2.70$ and a sig value of $0.000 < 0.05$. In the t test, the promotion variable was negative and not significant on the defender's decision with a calculated t value of $-0.529 < 1.984$ and a sig value of $0.598 > 0.05$. Product quality has a significant influence on purchasing decisions with a t value of $2.334 > 1.984$ and a sig value of $0.022 < 0.05$ and price has a significant and influence on purchasing decisions with a t value of $3.018 > 1.984$ and a sig value of $0.003 < 0.05$. The results of this research obtained a coefficient value of 17.3% with the linear regression equation, namely $Y = 10.630 - 0.039X_1 + 0.253X_2 + 0.234X_3 + e$

Keywords: *Promotion, product quality, price and purchasing decisions*

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk E-Viar (Studi Pada PT Triangle Motorindo Semarang) dan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk E-Viar, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk E-Viar dan Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk E-Viar.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner, metode yang digunakan yaitu Accidental Sampling. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen susu indomilk, dengan sampel sebanyak 100 responden. Uji analisis yang digunakan pada penelitian ini berupa analisis kuantitatif yaitu meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel promosi, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh nilai F hitung $7,916 > 2,70$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Pada uji t variabel promosi negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $-0,529 < 1,984$ dan nilai sig $0,598 > 0,05$. Kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $2,334 > 1,984$ dan nilai sig $0,022 < 0,05$ dan harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $3,018 > 1,984$ dan nilai sig $0,003 < 0,05$. Hasil penelitian ini didapatkan nilai koefisien sebesar 17,3% dengan persamaan regresi linear yaitu $Y = 10,630 - 0,039X_1 + 0,253X_2 + 0,234X_3 + e$

Kata kunci : Promosi, Kualitas produk, Harga dan Keputusan Pembelian