

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Semen Gresik (Studi pada TB. Trijaya Gunung Pati Semarang) dan tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian semen gresik, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian semen gresik, pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian semen gresik, pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian semen gresik di toko bangunan Trijaya, Gunung Pati Semarang.

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, dan teknik pengumpulan data nya yaitu dengan kuesioner. *Accidental sampling* adalah pilihan metode yang digunakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini populasinya yaitu para konsumen yang datang ke toko bangunan Trijaya, penentuan sampel berdasarkan rumus yaitu sebanyak 100 responden. Penggunaan uji analisis di penelitian ini antara lain uji validitas, realibilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi logistik ordinal, uji t dan yang terakhir uji f.

Hasil pengujian di penelitian ini yaitu bahwa Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini terlihat dari nilai F hitung (63,379) > F tabel (2,467) dan nilai sig < 0,05. Secara parsial kualitas produk berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini terlihat dari nilai t hitung (1,783) > dari t tabel (1,66105) dan nilai sig 0.078 > 0,05. Secara parsial harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini terlihat dari hasil analisis nilai t hitung (2,282) > dari t tabel (1,66105) dan nilai sig 0.025 < 0.05. Secara parsial promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini terlihat dari hasil analisis nilai t hitung (3.105) > t tabel (1,66105), dan nilai sig 0.03 < 0.05. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini terlihat dari hasil analisis nilai t hitung (4,061) > t tabel (1,66105), dan nilai sig 0.000 < 0.05. Hasil penelitian ini koefisien determinasi dimana variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen sebesar 0.996 (99.6%) dan sisanya dipengaruhi variabel lain. Adapun persamaannya yaitu $Y = - 0.034 X_1 + 0.482 X_2 + 0,287 X_3 + 0,390 X_4$

Kata kunci : *Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study is entitled Effect of Product Quality, Price, Promotion and Service Quality on Semen Gresik Purchase Decisions (Studies on TB. Trijaya Gunung Pati Semarang and the purpose of this study is to determine the effect of product quality on the purchase decision of Gresik cement, the effect of price on the purchase decision of Gresik cement, the effect of promotion on the decision to buy cement gresik, the effect of service quality on the decision to buy cement gresik at Trijaya building store, Gunung Pati Semarang.

This type of research is quantitative research, and the data collection technique is a questionnaire. Accidental sampling is the method of choice used by researchers. In this study, the population is consumers who come to the Trijaya building store, the sample determination is based on a formula, namely 100 respondents. The use of analytical tests in this study include validity, reliability, classical assumption tests, ordinal logistic regression analysis tests, t tests and finally the f test.

The test results in this study are that Product Quality, Price, Promotion, Service Quality simultaneously have a positive and significant effect on Purchasing Decisions. This can be seen from the calculated f value (63.379) > f table (2.467) and the sig value <0.05. Partially product quality has no positive effect on purchasing decisions, this can be seen from the calculated t value (1.783) < t table (1.66105) and the sig value of 0.078 > 0.05. Partially, price does not have a positive effect on purchasing decisions, this can be seen from the results of the analysis of t count (2.282) < t table (1.66105) and sig value 0.025 < 0.05. Partially promotion has a positive effect on purchasing decisions, this can be seen from the results of the analysis of t count (3.105) > t table (1.66105), and sig value 0.03 < 0.05. Partially, service quality has a positive effect on purchasing decisions, this can be seen from the results of the analysis of t count (4.061) > t table (1.66105), and a sig value of 0.000 < 0.05. The results of this study the coefficient of determination is 0.996 (99.6%). The equation is $Y = -0.034X_1 + 0.482X_2 + 0.287X_3 + 0.390X_4$

Keywords: *Product Quality, Price, Promotion, Service Quality, Purchasing Decision*