***ABSTRACT***

*PAROLI, NPM: 109113027. Influence Purchasing Center, Market Situation Purchasing and Buying Decision Process Team Success Top Candidates for Public Officials attribute Shirt Campaign Against Product Policy and Its Impact on Business Performance ". A survey on UMKM shirt screen printing for the campaign in the City and County of Bandung "* ***Prof. Dr Faisal Afiff, Spec., Lic*** *and* ***Dr. H. Popo Suryana, SE., M.Si*** *".*

*The background of this research is based on the observation that the center of the purchase, situation of purchase, the purchase decision process, product policy and business performance has yet to reach the optimal level, because it is still below the average set by the UMKM. Product policy conducted by the employer is still not optimal because employers cannot optimize the purchasing center, the market situation of purchase, the purchase decision process optimal so the impact on the performance of entrepreneurs.*

*This study was conducted to entrepreneurs shirt screen printing / mold in the City and County of Bandung with a sample of 253 employers. The purpose of this study to determine, assess and analyze Central Purchasing, Purchasing Situation and Purchase Decision Process Team Success Top Candidates for Public Officials attribute Shirt Campaign Against Product Policy and Its Impact on Business Performance.*

*The research method is descriptive and verification. Descriptive method using balanced assessment of the variables of the study. Verification method using the method of analysis of Structural Equation Models (SEM), which aims to determine the level of causality between the variables of the study, and hypothesis testing.*

*Descriptive research results prove that, Central Purchasing, Situation Purchase, Purchase Decision Process and Product Policy And Business Performance in the category 'Not Good heading Very Good', but its achievement is still not optimal. The results verification proves that there is a positive and significant effect partially or simultaneously either directly or indirectly from the Central Purchasing, Purchasing Situation and Purchase Decision Process to Product Policy where the most dominant is the central purchasing. There is a positive and significant influence on Business Performance Product Policy.*

*Keywords: Central Purchasing, Situation Purchase, Purchase Decision Process and Product Policy And Business Performance.*

**A B S T R A K**

**PAROLI, NPM : 109113027*.*** Pengaruh Pusat, Situasi, dan Proses Keputusan Pembelian Team Sukses Kandidat Pejabat Publik Atas Atribut Kaos Kampanye Terhadap Kebijakan Produk Serta Dampaknya pada Kinerja Usaha”. Suatu survei pada UMKM kaos sablon untuk kampanye di Kota dan Kabupaten Bandung **“Prof. Dr. Faisal Afiff, Spec., Lic** dan **Dr. H. Popo Suryana, SE., M.Si ”.**

Latar belakang dari penelitian ini berdasarkan pada pengamatan bahwa pusat pembelian, situasi pembelian, proses keputusan pembelian, kebijakan produk dan kinerja usaha masih belum mencapai tingkat optimal, karena masih dibawah rata-rata yang ditetapkan oleh UMKM. Kebijakan produk yang dilakukan oleh pihak pengusaha masih belum optimal karena pengusaha belum bisa mengoptimalkan pusat pembelian, situasi pembelian, proses keputusan pembelian yang belum optimal sehingga berdampak pada kinerja pengusaha.

Penelitian ini dilakukan kepada pengusaha kaos sablon/cetakan di Kota dan Kabupaten Bandung dengan sampel sebanyak 253 pengusaha. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui, mengkaji dan menganalisa Pusat Pembelian, Situasi Pembelian, dan Proses Keputusan Pembelian Team Sukses Kandidat Pejabat Publik Atas Atribut Kaos Kampanye Terhadap Kebijakan Produk Serta Dampaknya pada Kinerja Usaha.

Metode penelitian dilakukan secara deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif menggunakan penilaian skor terhadap variabel penelitian. Metoda verifikatif menggunakan metode analisis *Structural Equation Models* (SEM) yang bertujuan untuk mengetahui tingkat hubungan kausalitas antar variabel penelitian, serta pengujian hipotesis.

Hasil penelitian secara deskriftif membuktikan bahwa, Pusat Pembelian, Situasi Pembelian, Proses Keputusan Pembelian dan Kebijakan Produk Serta Kinerja Usaha berada pada kategori ‘Tidak Baik menuju Sangat Baik’, namun pencapaiannya masih belum optimal. Hasil penelitian secara verifikatif membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial maupun simultan baik secara langsung maupun tidak langsung dari Pusat Pembelian, Situasi Pembelian,dan Proses Keputusan Pembelian terhadap Kebijakan Produk dimana yang paling dominan pengaruhnya adalah pusat pembelian. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Kebijakan Produk terhadap Kinerja Usaha.

Kata Kunci : Pusat Pembelian, Situasi Pembelian, Proses Keputusan Pembelian dan Kebijakan Produk Serta Kinerja Usaha.