

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat, memicu para pelaku bisnis berusaha untuk merebut pangsa pasar melalui berbagai inovasi yang disajikan dalam produk atau jasa yang ditawarkan. Setiap pelaku bisnis dituntut untuk memiliki kesadaran terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen yaitu dengan memberikan media promosi yang menarik dan kualitas produk yang sangat berkualitas menciptakan keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh media promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Alisha Fancy Shop cabang Buah Batu. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Alisha Fancy Shop cabang Buah Batu dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media promosi, kualitas produk, dan keputusan pembelian Alisha Fancy Shop cabang Buah Batu berada dalam kategori baik. Secara simultan media promosi dan kualitas produk sebesar 70% terhadap keputusan pembelian. Secara parsial media promosi berpengaruh sebesar 38% terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh sebesar 31% terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Media Promosi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The competition is tougher, make the business people to try to seize market share through various innovations presented in the products or services offered. Every businessman is required to have an awareness of the needs and desires of consumers by providing attractive promotional media and quality products that create quality purchasing decisions. The purpose of this study was to find out how the influence of promotional media and product quality on purchasing decisions at the Buah Batu branch of Alisha Fancy Shop. The population in this study were customers at the Buah Batu Alisha Fancy Shop with a total sample of 100 respondents. Data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, analysis of the coefficient of determination and hypothesis testing. The results showed that media promotion, product quality, and purchasing decisions of the Buah Batu Alisha Fancy Shop were in the good category. Simultaneously promotion media and product quality by 70% of purchasing decisions. Partially the promotion media affects 38% of purchasing decisions and product quality affects 31% of purchasing decisions.

Keywords: Promotion Media, Product Quality and Purchase Decisions