

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen Distro Stash Bandung) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian secara simultan sebesar 63,3% dan sisanya 36,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 35,0% dan pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sebesar 28,3%, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian