

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Manah *Project Jersey Apparel* Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling menggunakan non probability sampling, dengan cara *accidental* sampling. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian secara simultan maupun secara parsial. Berdasarkan hasil koefisien determinasi simultan bahwa kontribusi pengaruh secara simultan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan koefisien determinasi yaitu sebesar 75,2%. Kontribusi pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 52,9%, kontribusi pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 22,3%. Sedangkan sisanya 75,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and sales promotion on purchasing decisions at the Manah Jersey Apparel Project in Bandung. This research uses descriptive and verification methods. The sampling technique uses non-probability sampling, by means of accidental sampling. Analysis of the data used is using multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, and analysis of the coefficient of determination. The results of the study indicate that product quality and sales promotion have a significant and significant effect on purchasing decisions simultaneously or partially. Based on the results of the coefficient of simultaneous determination that the contribution of influence simultaneously has a contribution of influence on the Purchase Decision with a coefficient of determination that is equal to 75.2%. The contribution of the influence of Product Quality on the Purchase Decision is 52.9%, the contribution of the influence of Sales Promotion to the Purchase Decision is 22.3%. While the remaining 75.2% is influenced by other variables not examined.

Keywords: Product Quality, Sales Promotion and Purchase Decision