

ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan pada penurunan jumlah penjualan *Factory Outlet* 06 Original Karawang pada tahun 2019 dan pertumbuhan penjualan yang sangat lambat. Penurunan jumlah penjualan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian menurun. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 125 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk, harga dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh kualitas produk, harga dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian secara simultan 59,0% dan sisanya 41,0% dipengaruhi variable lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 18,3%, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 14,0% dan pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sebesar 26,7%, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas produk, Harga, Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian

