

ABSTRAK

Iphone memiliki raihan 49% dari pasar *smartphone refurbished (skunder)* global dan dapat diartikan dengan jumlah persentase yang cukup besar dibandingkan dengan merek lain iphone *second* memiliki peminat yang cukup banyak. Merek *Apple* pun di Tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 9,23% juga terdapat penurunan IOS yang terjadi mulai dari Tahun 2022 sampai dengan 2023. Kualitas produk, harga dan promosi penjualan menjadi hal yang penting untuk Toko Kamar *Gadget* memasarkan produknya karena dengan produk, harga dan promosi kurang baik pendapatan Toko Kamar *Gadget* mengalami penurunan, dengan adanya hal itu Toko Kamar *Gadget* mendapatkan keluhan dari konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan penelitian yang mendapatkan sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan promosi penjualan terhadap proses keputusan pembelian iphone *second* Toko Kamar *Gadget* secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 90 orang responden. Pengujian instrumeny penelitian menggunakan uji validitas dan reabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, korelasi berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk, harga dan promosi penjualan terhadap proses keputusan pembelian. Besarnya pengaruh secara simultan kualitas produk, harga dan promosi penjualan terhadap proses keputusan pembelian secara simultan yaitu 39,6%. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian Toko Kamar *Gadget* adalah sebesar 21,7% Secara parsial besarnya pengaruh harga terhadap proses keputusan pembelian Toko Kamar *Gadget* adalah sebesar 7,6% dan Secara parsial besarnya pengaruh promosi penjualan terhadap proses keputusan pembelian Toko Kamar *Gadget* 10,3% . Maka Toko Kamar *Gadget* sebaiknya harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen khususnya kualitas produk, harga dan promosi penjualan, dimana hal tersebut menjadi kepuasan sendiri tentunya untuk konsumen.

Kata Kunci : Kualiatas Produk, Harga, Promosi Penjualan dan Proses Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Iphone has an achievement of 49% of the global refurbished smartphone market (skunder) and can be interpreted by a fairly large percentage compared to other brands iPhone Second has quite a lot of enthusiasts. The Apple brand also decreased by 9.23% in 2022, there was also a decline in IOS that occurred from 2022 to 2023. Product quality, price and sales promotion are important things for the Gadget Room Store to market its products because with products, prices and promotions are not good, the revenue of the Gadget Room Store has decreased, with that the Gadget Room Store gets complaints from consumers. The research method used in this study is the survey method. The survey method is research that obtains samples from a population and uses questionnaires as the main data collection tool. This researcher aims to determine how much influence product quality, price and sales promotion have on the purchase decision process of the second iphone Gadget Room Store simultaneously or partially. The research method used was a descriptive and verifiative method with a sample of 90 respondents. Research instrument testing uses validity and reliability tests. The data analysis methods used are multiple linear regression analysis, multiple correlation, hypothesis testing and determination coefficient. The results showed that there was a positive and significant influence between product quality, price and sales promotion on the purchase decision process. The magnitude of the simultaneous influence of product quality, price and sales promotion on the simultaneous purchase decision process is 39.6%. Partially, the magnitude of the influence of product quality on the purchase decision process of the Gadget Room Store is 21.7%, partially, the magnitude of the price influence on the purchase decision process of the Gadget Room Store is 7.6%, and partially, the magnitude of the influence of sales promotion on the purchase decision process of the Gadget Room Store is 10.3%. So the Gadget Room Store should be able to meet consumer needs, especially product quality, prices and sales promotion, where it becomes its own satisfaction, of course, for consumers.

Keywords : Product Quality, Pricing, Sales Promotions and Purchase Decision