

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap proses keputusan pembelian pada AMDK Oasis kemasan 19 liter secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 87 responden. Pengujian instrument penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan promosi terhadap proses keputusan pembelian. Besarnya pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap proses keputusan pembelian secara simultan yaitu 57,1% dan sisanya 42,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian sebesar 31,3% dan pengaruh promosi terhadap proses keputusan pembelian sebesar 25,8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang paling besar terhadap proses keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Proses Keputusan Pembelian