

ABSTRAK

Abdullah, Muhammad Fajar Abdullah. 2021. **Skripsi. Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen di PT. Hajar Aswad Kabupaten Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan di PT. Hajar Aswad Kabupaten Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh bauran promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk semen di PT. Hajar Aswad Kabupaten Probolinggo.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif dengan pendekatan hubungan kausal, dengan variabel X_1 Bauran Promosi, variabel X_2 Kualitas Produk, dan Variabel Y Keputusan Pembelian. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling*, yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel 54 orang. Sumber data yang digunakan sumber data primer dan sekunder dengan metode pengumpulan data kuesioner, wawancara, dokumentasi.

Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah uji regresi berganda, analisis koefisien determinasi R^2 , Uji F, Uji t dan Uji dominan. Berdasarkan uji t dan F diperoleh bauran promosi dan kualitas produk berpengaruh dan signifikan dan berdasarkan tabel *standardized beta coefficients* variabel bauran promosi yang memiliki pengaruh dominan

Kata kunci: Bauran Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Muhammad Fajar Abdullah. 2021. Thesis. The Effect of Promotion Mix and Product Quality on Purchasing Decisions of Cement Products at PT. Hajar Aswad, Probolinggo Regency. Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University, Probolinggo.

The research was conducted at PT. Hajar Aswad Probolinggo Regency with the aim to determine the effect of the promotional mix and product quality on the decision to purchase cement products at PT. Hajar Aswad, Probolinggo Regency.

This type of research is quantitative with a causal relationship approach, with variable X_1 Promotion Mix, variable X_2 Product Quality, and Variable Y Purchase Decision. The sampling technique used was non-probability sampling, namely purposive sampling with a sample size of 54 people. Sources of data used are primary and secondary data sources with data collection methods questionnaires, interviews, documentation.

Data analysis method used is validity test and reliability test. The classical assumption test is normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation test. Data analysis techniques used to answer the research hypothesis are multiple regression test, determination coefficient analysis R^2 , F test, t test and dominant test. Based on t and F tests obtained a promotional mix and quality influential and significant product and based on the standardized beta table promotion mix variable coefficient that have a dominant influence

Keywords: *Promotion Mix and Product Quality on Purchasing Decisions.*