

ABSTRAK

Cahyanto, Sugeng Agus. 2022. Skripsi. **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo**. Program Studi manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.

Jenis penelitian yang di gunakan adalah kuantitatif dengan variabel (X_1) kualitas produk, (X_2) harga, (X_3) promosi dan variabel terikat (Y) keputusan pembelian. Teknik analisis sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan jumlah 90 orang responden yang merupakan konsumen KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.

Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, analisis determinasi (Adjusted R Square,) serta uji hipotesis (uji F, uji t dan uji dominan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Adanya pengaruh kualitas produk secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18,421 > 2,71$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($4,591 \geq 1,987$) (Sig. $0,000 \leq 0,025$). (2) Adanya pengaruh harga secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18,421 > 2,71$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($2,683 \geq 1,987$) (Sig. $0,009 \leq 0,025$). (3) Adanya pengaruh promosi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18,421 > 2,71$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($3,156 \geq 1,987$) (Sig. $0,002 \leq 0,025$).

Kata kunci : kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian