

## ABSTRAK

Reni, Puspita Sela. 2022. Skripsi. **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada UD. Kharisma Kabupaten Probolinggo.”** Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universita Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial, sumultan, dan dominan pada kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian mebel pada UD. Kharisma Kabupaten Probolinggo. Penelitian ini dilakukan pada konsumen UD. Kharisma Kabupaten Probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif, Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 40 konsumen melalui data yang dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada 40 responden menggunakan teknik sampling purposive. Analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas dan realibilitas), analisis linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolenieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi), dan uji hipotesis (uji t, serta uji f) serta uji dominan (Uji standardized Coefficient Beta). Dengan bantuan *software* SPSS 23 *for windows*.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis uji t (secara parsial) diketahui kualitas produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil uji t pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil  $T_{hitung}$  sebesar  $2,601 > 2,028$  dari  $T_{tabel}$ . Nilai hasil uji t pada harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil  $T_{hitung}$  sebesar  $5,458 > 2,028$  dari  $T_{tabel}$ . Nilai hasil uji t promosi terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil  $T_{hitung}$  sebesar  $3,150 > 2,028$  dari  $T_{tabel}$ .

Berdasarkan Hasil uji f pada kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan hasil  $F_{hitung}$  sebesar 23,069 (Sig F = 0,000),  $F_{tabel}$  pada taraf nyata 5% dengan derajat bebas 3 dan 36 sebesar 2,87, karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $23,069 > 2,87$ ) dan Sig F < 5% ( $0,000 < 0,05$ ) maka dari hal tersebut dapat dikatakan kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mebel pada UD. Kharisma Kabupaten Probolinggo yang memiliki pengaruh dominan adalah harga, hal ini dibuktikan dengan hasil *standardized Coefficient Beta* variabel harga yang memiliki nilai lebih besar yaitu ( $X_2$ ) = 0,557, variabel promosi ( $X_3$ ) = 0,318, dan untuk variabel kualitas produk ( $X_1$ ) = 0,263.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

Reni Puspita Sela, 2022. Thesis. ***“The Effect Of Product Quality, Price, And Promotion On Furniture Purchasing Decisions At UD. Kharisma Of Probolinggo Regency.”***Management Study Program, Faculty Of Economics, Panca Marga University Probolinggo.

*This study aims to determine whether there is a partial, simultaneous, and dominant influence on product quality, price, and promotion on furniture purchasing decisions at UD. Charisma of Probolinggo Regency. This research was conducted on UD consumers. Charisma of Probolinggo Regency.*

*The type of research used in this study the author uses a quantitative descriptive method. The sample in this study was 40 consumers through data collected by distributing questionnaires to 40 respondents using purposive sampling technique. The data analysis used includes data instrument testing (validity and reliability test), multiple linear analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation test), and hypothesis testing (t test, and f test) and dominant test. (Standardized Coefficient Beta Test). With the help of SPSS 23 software for windows.*

*The results of this study indicate that the t-test analysis (partially) is known that product quality, price, and promotion have a significant influence on purchasing decisions. This can be proven based on the results of the t-test of the effect of product quality on purchasing decisions showing the results of Tcount of  $2.601 > 2.028$  of Ttable. The value of the t-test results on the price on purchasing decisions shows the results of Tcount of  $5.458 > 2.028$  from Ttable. The value of the promotional t-test results on purchasing decisions shows the results of Tcount of  $3.150 > 2.028$  from T table.*

*Based on the results of the f test on product quality, price, and promotion of purchasing decisions with the results of Fcount of 23.069 (Sig F = 0.000), Ftable at a significant level of 5% with degrees of freedom 3 and 36 of 2.87, because Fcount > Ftable ( $23.069 > 2.87$ ) and Sig F < 5% ( $0.000 < 0.05$ ) so from this it can be said that product quality, price, and promotion have a simultaneous effect on purchasing decisions.*

*The results of this study indicate that product quality, price and promotion of furniture purchasing decisions at UD. The charisma of Probolinggo Regency which has a dominant influence is price, this is evidenced by the results of the standardized Coefficient Beta price variable which has a greater value, namely (X2) = 0.557, promotion variable (X3) = 0.318, and for product quality variable (X3) = 0.263 .*

**Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision**