

ABSTRAK

Wahidah, Fani putri. 2022. “**Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian Pada CV. Pia Manalagi Probolinggo.**”
Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan di Cv. Pia Manalagi Probolinggo merupakan perusahaan merek Pia Manalagi yang membuat Produk makanan berupa Pia yang bertempat Jl. Raya Bromo RT. 02 / RW. 02 Kelurahan Ketapang, Kecamatan Kademangan, Probolinggo. Tujuan untuk mengetahui Pengaruh Antara Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan CV. Pia Manalagi Probolinggo. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif variabel X1 Harga, X2 Promosi X3 Kualitas Produk dan Variabel Y Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini semua Agen CV. Pia Manalagi Probolinggo. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini menggunakan sampling jenuh. Jumlah sampel yang digunakan adalah 50 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis determinasi Adjusted R Square, uji regresi linier berganda serta uji f (simultan) dan uji t (parsial). Hasil dari uji validitas dan uji reabilitas menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan dari keseluruhan angka nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ dinyatakan bahwa seluruh variabel pada uji penelitian reabilitas dinyatakan reliable. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Harga, Promosi dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV. Pia Manalagi Probolinggo. Hasil pengujian tersebut diperoleh dari $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($7,517 > 2,81$). Dengan demikian hasil pengujian hipotesis pada uji f (simultan) menunjukkan adanya pengaruh pada variabel Harga, Promosi dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Dan variabel X_1 Tidak berpengaruh secara parsial terhadap Y yang menunjukkan hasil t_{hitung} ($1,221$) $< t_{tabel}$ ($2,013$), X_2 berpengaruh secara parsial terhadap Y yang menunjukkan hasil t_{hitung} ($2,293$) $> t_{tabel}$ ($2,013$), X_3 berpengaruh secara parsial terhadap Y dengan hasil t_{hitung} ($2,228$) $> t_{tabel}$ ($2,013$), Pengujian dominan ditemukan bahwa variabel X2 (Promosi) berpengaruh dominan terhadap Y dengan hasil pengujian beta ($0,323$).

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

ABSTRAC

Wahidah, Fani Putri. 2022. *"The Influence of Price, Promotion and Product Quality on Purchase Decisions at CV. Pia Manalagi Probolinggo."* Management study program, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.

The research was conducted at Cv. Pia Manalagi Probolinggo is a Pia Manalagi brand company that makes food products in the form of Pia which is located on Jl. Raya Bromo RT. 02 / RW. 02 Ketapang Village, Kademangan District, Probolinggo. The aim is to determine the effect of price, promotion and product quality on purchasing decisions at CV. Pia Manalagi Probolinggo. The type of research used is descriptive quantitative research with variables X1 Price, X2 Promotion X3 Product Quality and Variable Y Purchase Decision. The population in this study were all CV agents. Pia Manalagi Probolinggo. The sampling technique used in this research is saturated sampling. The number of samples used is 50 respondents. The data analysis technique used to answer the research hypothesis is validity and reliability test, classical assumption test, Adjusted R Square determination analysis, multiple linear regression test and f test (simultaneous) and t test (partial). The results of the validity test and reliability test show that $r_{count} > r_{table}$, and from the overall Cronbach Alpha value > 0.60 it is stated that all variables in the reliability research test are said to be reliable. The results of this study indicate that: (1) Price, Promotion and Product Quality simultaneously affect purchasing decisions on CV. Pia Manalagi Probolinggo. The test results were obtained from $F_{count} > F_{table}$ ($7.517 > 2.81$). Thus, the results of hypothesis testing on the f (simultaneous) test show that there is an effect on the variables of Price, Promotion and Product Quality together on purchasing decisions. And the variable X1 has no partial effect on Y which shows the results of $t_{count} (1,221) < t_{table} (2,013)$, X2 partially affects Y which shows the results of $t_{count} (2.293) > t_{table} (2,013)$, X3 partially affects Y with the results of $t_{count} (2.228) > t_{table} (2.013)$, dominant test found that the variable X2 (Promotion) has a dominant effect on Y with beta test results (0.323).

Keywords: Price, Promotion, Product Quality, Buying Decision