

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Strategi Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Home Industri Kecap Rahayu di Kecamatan Talun Kabupaten Blitar”** ditulis oleh Rohmiatin, Jurusan Ekonomi Syariah, NIM. 17402153523, pembimbing Dr. Muhammad Aswad, S.Ag., M.A.

Industri Kecap Rahayu adalah salah satu produsen kecap di Kabupaten Blitar dengan lokasi pemasaran produknya, masih berikut di tingkat lokal berada wilayah kecamatan di sekitar perusahaan seperti di Kecamatan Talun, Garum dan Selopuro. Dalam perkembangannya, produsen Kecap Rahayu menghadapi masalah dalam pemasarannya dengan pesaing yang berskala nasional, maka menyikapi persoalan tersebut, peneliti berupaya mengkaji perkembangan Kecap Rahayu dalam segi Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Strategi Promosi dan Lokasi dalam memberikan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisa 1. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Kecap Rahayu. 2. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Kecap Rahayu. 3. Strategi promosi berpengaruh secara signifikan antara strategi promosi terhadap keputusan pembelian Kecap Rahayu. 4. Lokasi berpengaruh pengaruh secara signifikan antara Lokasi terhadap keputusan pembelian Kecap Rahayu. 5. Kualitas produk , harga, strategi promosi dan lokasi apakah berpengaruh secara simultan lokasi terhadap keputusan pembelian Kecap Rahayu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan dengan teknik *purposive sensus sampling*. Jumlah sampel sebanyak 40 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Tahap selanjutnya, data kuesioner diolah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 4 variabel mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian Kecap Rahayu. 1. Kualitas produk yang terdiri dari *persived quality, atribut, durability, reliability*. 2. Harga yang terdiri dari keterjangkuan harga, harga sesuai kemampuan daya saing, kesesuaian harga dengan manfaat dan kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3 Strategi Promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan penjualan pribadi. 4. Lokasi yang terdiri akses, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan dan kompetensi.

*Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Strategi Promosi, Lokasi dan Keputusan Pembelian.*

## ***ABSTRACT***

Thesis under the title "**The Effect of Product Quality, Price, Promotion Strategy and Location on Consumer Purchase Decisions in the Rahayu Kecap Home Industry in Talun District, Blitar Regency**" was written by Rohmiatin, Department of Islamic Economics, NIM 17402153523, Advisor Dr. Muhammad Aswad, S.Ag., M.A.

Rahayu Kecap Industry is one of the kecap producers in Blitar Regency. The marketing of produk , located in around the company such as in Talun, Garum and Selopura District. However, the Kecap Producer Rahayu have some problem in marketing of competitor kecap producer on a national-scale. In order to this issue, the keep competing with other produsers, the price of kecap rahayu develops a more affordable and beneficial for both parties, for consumers and producers with the expected quality.

The purpose of this study is to analyze 1. Product quality significantly influences the purchase decision of Kecap Rahayu. 2. The Price significantly influences the decision to buy Rahayu Kecap. 3. The strategy of promotion significantly influences the promotion strategy on the purchase decision of Rahayu Kecap. 4. The Location has a significant influence between Location of Rahayu Kecap and purchasing decision of Rahayu Kecap. 5. Quality of Product, price, promotion strategy and location whether the location simultaneously influences the purchasing decision of Rahayu Kecap.

The method used in this research is quantitative and associative type of research. The sample used with a *purposive sensus sampling technique*. The numbers of samples are 40 respondents. The data source used in this study is primary data. The measurement in this study uses a Likert scale. In the next step, the questionnaire data is processed using multiple linear regression analysis.

The results of this research showed that 4 variables influenced the decision making in the purchase of Rahayu Kecap. 1. The Quality of Product consists of *persived quality, attributes, durability, reliability*. 2. The Prices of product which consist of affordability, price according to competitiveness, price in accordance with benefits and price in accordance with product quality. 3 The strategies of Promotion which consist of advertising, sales promotion, public relations and personal selling. 4. Location consisting of access, traffic, parking, environment and competence

*Keywords: Product Quality, Price, Promotion Strategy, Location and Purchasing Decisions*