

ABSTRAK

Dalam kehidupan keseharian, hal terkait kesehatan itu sangatlah penting bagi masyarakat. Kegiatan yang dilakukan membutuhkan tenaga yang berhubungan dengan waktu yang berkelanjutan. CV. Cakra Surya Nusantara membuat suatu inovasi obat herbal dengan memproduksi olahan madu yang diberi nama Madu Arrayana. Selain untuk pemanis, Madu Arrayana juga memiliki manfaat bagi kesehatan.

Suatu bisnis bisa berjalan dengan lancar karena kualitas produknya, harga, kepercayaan serta promosi. Di dunia perekonomian ini tentunya pasti ada keterkaitan antara produsen dengan konsumen. Produsen atau pengusaha harus mampu menciptakan citra yang baik untuk konsumen, karena hal seperti kualitas produk, harga, kepercayaan maupun promosi begitu berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen dan keberlangsungan suatu usaha bisnis. Selain itu, di dunia bisnis selalu ada beberapa pesaing yang menawarkan produk yang sama. Terkait hal tersebut, produsen atau pengusaha harus bisa mempertahankan produknya dengan segala kelebihannya dan juga terjangkau oleh masyarakat.

Peneliti melakukan penelitian di CV. Cakra Surya Nusantara dengan tujuan menguji untuk mengetahui: (1) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian madu pada CV. Cakra Surya Nusantara, (2) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian madu pada CV. Cakra Surya Nusantara, (3) pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian madu pada CV. Cakra Surya Nusantara, (4) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian madu pada CV. Cakra Surya Nusantara, (5) pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian madu pada CV. Cakra Surya Nusantara.

Hasil penelitian yang diperoleh peneliti, pengujian hipotesis menyimpulkan secara parsial maupun simultan bahwa variabel kualitas produk, harga, kepercayaan, promosi berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian madu pada CV. Cakra Surya Nusantara. Terbukti pada tabel *Coefficients* dan hasil uji koefisien regresi menunjukkan hubungan yang positif.

Kata Kunci: *Kualitas, Harga, Kepercayaan, Promosi, Konsumen*

ABSTRACT

In everyday life, things related to health are very important for the community. The activities carried out require energy related to continuous time. CV. Cakra Surya Nusantara makes an innovation of herbal medicine by producing processed honey, which is named Honey Arrayana. In addition to sweeteners, Arrayana Honey also has health benefits.

A business can run smoothly because of the quality of its products, prices, trust and promotions. In this economic world, of course, there is a link between producers and consumers. Producers or entrepreneurs must be able to create a good image for consumers, because things such as product quality, price, trust and promotion so influence purchasing decisions by consumers and the sustainability of a business venture. Moreover, in the business world there are always several competitors offering the same product. Related to this, producers or entrepreneurs must be able to maintain their products with all their advantages and also be affordable by the community.

Researchers conducted research at CV. Cakra Surya Nusantara with the aim of testing to determine: (1) the effect of price on honey purchasing decisions at CV. Cakra Surya Nusantara, (2) the influence of product quality on honey purchasing decisions at CV. Cakra Surya Nusantara, (3) the influence of consumer trust on honey purchasing decisions on CV. Cakra Surya Nusantara, (4) the effect of promotion on honey purchasing decisions on CV. Cakra Surya Nusantara, (5) the effect of price, product quality, and promotion on honey purchasing decisions on CV. Cakra Surya Nusantara.

The results obtained by researchers, hypothesis testing concluded partially or simultaneously that the variables of product quality, price, trust, promotion have a significant effect and have a positive relationship on honey purchasing decisions on CV. Cakra Surya Nusantara. It is proven in the Coefficients table and the results of the regression coefficient test show a positive relationship.

Keywords: *Quality, Price, Trust, Promotion, Consumer*