

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Masyarakat Tulungagung)" ini ditulis oleh Riska Ayu Kusuma Ningsih, mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, NIM. 17402163501, pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.Ag.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh kualitas produk, harga dan promosi mempunyai arti sangat penting dalam keputusan pembelian produk secara online. Apabila kualitas produk, harga dan promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk secara online konsumen cenderung akan melakukan keputusan pembelian ulang begitu juga sebaliknya.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah: 1)Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk secara online? , 2)Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk secara online?, 3)Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk secara online? 4)Apakah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk secara online?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Subjek penelitian ini adalah masyarakat Tulungagung yang pernah melakukan keputusan pembelian secara online sejumlah 270 orang. variabel dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga, dan promosi dan keputusan pembelian secara online. Pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari: analisis uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas. Dan uji hipotesis terdiri dari : regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa: 1) Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk secara online di Tulungagung, 2) Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk secara online di Tulungagung, 3) Promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk secara online di Tulungagung, 4) Kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk secara online di Tulungagung.

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

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Product Quality, Price and Promotion"

Against Online Purchase Decisions (Case Study in Society

Tulungagung)` This was written by Riska Ayu Kusuma Ningsih, a student majoring in

Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, NIM. 17402163501,

advisor Dr. Muhammad Aswad, M.Ag.

The research in this thesis is motivated by product quality, price and Promotion has a very important meaning in product purchasing decisions on line. If product quality, price and promotion can influence the decision When buying products online, consumers tend to make decisions repurchase and vice versa.

The formulation of the problem from this research are: 1) What is the quality of the product?

partially influence the decision to purchase products online? ,

2) Does price have a partial effect on product purchasing decisions

online?, 3) Does promotion have a partial effect on decisions

purchasing products online? 4)What is the product quality, price and promotion influence simultaneously on the decision to purchase products online?

This study uses a quantitative approach with this type of research

causal. The subject of this research is the Tulungagung community who have make online purchasing decisions as many as 270 people. variable in

This research is product quality, price, and promotion and purchasing decisions by online. In this study, the classical assumption test consists of:

analysis of normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test. And test

The hypothesis consists of: multiple linear regression, t test, F test, and coefficient test

determination.

The results of this study found that: 1) Product quality has an effect partially on the decision to purchase products online in Tulungagung,

2) Price has a partial effect on product purchase decisions

online in Tulungagung, 3) Promotions have a partial effect on decisions

purchasing products online in Tulungagung, 4) Product quality, price, and

promotion has a simultaneous effect on product purchase decisions simultaneously

online in Tulungagung.

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