

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Persepsi, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal X3Man (Studi Kasus di UD Teguh Waris Baru Trenggalek)” ini ditulis oleh Luthfi Ashariyanti, NIM. 12405193041, pembimbing Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya persaingan bisnis terutama dalam bidang obat herbal pasca pandemi covid-19 ini. Kesadaran masyarakat untuk menjaga kesehatan semakin hari semakin meningkat sehingga menjadikan hal tersebut sebagai peluang bisnis. Namun, hal ini membuat persaingan bisnis obat herbal semakin ketat, sehingga para pengusaha dituntut untuk mencari tahu faktor apa saja yang mempengaruhi seorang konsumen dalam memutuskan membeli produk. Hal itu berdampak pada bisnis dimasa yang akan datang. Kualitas produk yang baik memang dapat mempengaruhi konsumen, namun hal tersebut akan sia-sia jika konsumen tidak mengetahui informasi tentang produk tersebut. Oleh karena itu, penulis memasukkan beberapa variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tersebut antara lain kualitas produk, promosi, persepsi, dan kepercayaan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh: 1) Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal X3MAN di UD Teguh Waris Baru Trenggalek, 2) Promosi terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal X3MAN di UD Teguh Waris Baru Trenggalek, 3) Persepsi konsumen terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal X3MAN di UD Teguh Waris Baru Trenggalek, 4) Kepercayaan konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Obat Herbal X3MAN di UD Teguh Waris Baru Trenggalek, dan 5) Kualitas Produk, Promosi, Persepsi, dan Kepercayaan konsumen terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal X3Man di UD Teguh Waris Baru Trenggalek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel sebanyak 222 responden dari konsumen Obat Herbal X3MAN di UD Teguh Waris Baru Trenggalek. Adapun teknik pengambilan sampel ini menggunakan *accidental sampling*. Jenis analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan *software* SmartPLS versi 3.2.9.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan atau serentak kualitas produk, promosi, persepsi, dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Obat Herbal X3MAN di UD Teguh Waris Baru Trenggalek. Sedangkan secara parsial menunjukkan bahwa 1) kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) Persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan 4) Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *kepercayaan, keputusan pembelian, kualitas produk, persepsi, promosi*

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Product Quality, Promotion, Perception, and Consumer Trust on Purchasing Decisions for X3Man Herbal Medicine (Case Study at UD Teguh Waris Baru Trenggalek)" was written by Luthfi Ashariyanti, NIM. 12405193041, supervisor Ahmad Syaichoni, M.Sy.

This research is motivated by the many business competitions, especially in the field of herbal medicine after the Covid-19 pandemic. Public awareness to maintain health is increasing day by day, making this a business opportunity. However, this makes the herbal medicine business competition tighter, so entrepreneurs are required to find out what factors influence a consumer in deciding to buy a product. It has an impact on future business. Good product quality can indeed influence consumers, but this will be in vain if consumers do not know information about the product. Therefore, the authors include several variables that can influence consumer purchasing decisions, including product quality, promotion, perception, and consumer confidence.

This study aims to examine the effect of: 1) Product Quality on Purchasing Decisions for X3MAN Herbal Medicine at UD Teguh Waris Baru Trenggalek, 2) Promotion on Purchasing Decisions for X3MAN Herbal Medicine at UD Teguh Waris Baru Trenggalek, 3) Consumer perceptions of the X3MAN Herbal Medicine Purchasing Decision at UD Teguh Waris Baru Trenggalek, 4) Consumer confidence in purchasing decisions at X3MAN Herbal Medicine at UD Teguh Waris Baru Trenggalek, and 5) Product Quality, Promotion, Perception, and consumer confidence in the X3Man Herbal Medicine Purchasing Decision at UD Teguh Waris Baru Trenggalek.

This research uses a quantitative approach with a causal associative research type. This study used primary data by distributing questionnaires to a sample of 222 respondents from X3MAN Herbal Medicine consumers at Teguh Waris Baru Trenggalek UD. The sampling technique is using accidental sampling. The type of analysis used is SEM (Structural Equation Modeling) with SmartPLS software version 3.2.9.

The results showed that product quality, promotions, perceptions, and consumer trust simultaneously had a significant effect on purchasing decisions of X3MAN Herbal Medicine at UD Teguh Waris Baru Trenggalek. While partially it shows that 1) product quality has no significant effect on purchasing decisions, 2) promotion has no positive and significant effect on purchasing decisions, 3) Consumer perceptions have a positive and significant effect on purchasing decisions, and 4) Consumer Trust has a positive and significant effect on buying decision.

Keywords: *perception, product quality, promotion, purchasing decisions, trust*