

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung” ini ditulis oleh Muhammad Zakki Irsyada, NIM. 126405202188, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dosen Pembimbing Rizal Furqan Ramadhan, S.Kom., M.T.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena ketertarikan masyarakat untuk mengkonsumsi olahan mie yang dimanfaatkan oleh PT Pesta Pora Abadi dengan mendirikan *brand* Mie Gacoan yang memiliki produk olahan mie dengan cita rasa pedas. Seiring dengan berjalannya waktu, muncul beberapa *brand* baru dengan menjual produk yang sejenis. Dari hal ini peneliti akan menguji pengaruh dari harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung.

Tujuan dari penelitian ini untuk: untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung, untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung, dan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang diimplementasikan melalui *Google Form* dengan jumlah sampel 120. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis (Uji t dan uji f), serta uji koefisien determinasi sehingga menghasilkan persamaan regresi:  $Y = -3,766 + 2,558 X_1 + 11,514X_2 + 2,750X_3 + e$

Dari penelitian ini didapati hasil bahwa: harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung, dan harga, promosi, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian Mie Gacoan Cabang Tulungagung.

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

## ABSTRACT

*The thesis with the title "The Influence of Price, Promotion, and Product Quality on Purchasing Decisions of Mie Gacoan Branch Tulungagung" is written by Muhammad Zakki Irsyada, Student ID 126405202188, Department of Business and Management, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. The academic advisor is Rizal Furqan Ramadhan, S.Kom., M.T.*

*This research is motivated by the phenomenon of public interest in consuming noodle products offered by PT Pesta Pora Abadi through the establishment of the Mie Gacoan brand, which features spicy-flavored noodle products. As time has progressed, several new brands have emerged, selling similar products. In light of this, the researcher will examine the influence of price, promotion, and product quality on the purchasing decisions of Mie Gacoan Branch Tulungagung.*

*The objectives of this research are: to determine the effect of price on the purchasing decisions of Mie Gacoan Branch Tulungagung, to ascertain the influence of promotion on the purchasing decisions of Mie Gacoan Branch Tulungagung, to examine the impact of product quality on the purchasing decisions of Mie Gacoan Branch Tulungagung, and to understand the simultaneous effect of price, promotion, and product quality on the purchasing decisions of Mie Gacoan Branch Tulungagung.*

*This research employs a quantitative approach with an associative research type. The data utilized in this study are primary data obtained from questionnaires implemented through Google Forms, with a sample size of 120. The data analysis techniques in this research include classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing (t-test and f-test), and determination coefficient testing thus producing the regression equation:  $Y = -3,766 + 2,558 X1 + 11,514X2 + 2,750X3 + e$ .*

*From this research, it was found that: price has a positive and significant effect on the purchasing decisions of Mie Gacoan Branch Tulungagung, promotion has a positive and significant effect on the purchasing decisions of Mie Gacoan Branch Tulungagung, product quality has a positive and significant effect on the purchasing decisions of Mie Gacoan Branch Tulungagung, and price, promotion, and product quality simultaneously have a positive and significant effect on the purchasing decisions of Mie Gacoan Branch Tulungagung.*

**Keywords: Price, Promotion, Product Quality, Purchasing Decisions**