

ABSTRACT

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Pada Masyarakat Dusun Joto” ini ditulis oleh Tasya Futukha Sa’adah, Nim. 126405203256, dengan pembimbing Jusuf Bachtiar,S.S., M.Pd.

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian marketplace shopee pada masyarakat dusun joto, (2) Sehubungan dengan masalah tersebut diajukan hipotesis diantaranya yaitu diduga kualitas produk, dan harga, berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian serta di duga variabel kualitas produk berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian, (3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial atau individu terhadap keputusan pembelian, (4) Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial atau individu terhadap keputusan pembelian.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 orang yang merupakan masyarakat dusun joto. Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui besar pengaruh Kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian adalah regresi linear berganda dan koefisien determinasi, sedangkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan secara parsial atau individu yaitu uji t dan secara simultan atau bersama-sama yaitu uji F.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Teknik pengumpulan data menggunakan non probability sampling jenis quota sampling. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolenieritas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji-F, ujiT, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas residual.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel independen mempunyai nilai yang signifikan dengan arah positif. Dimana variabel Kualitas produk mempunyai nilai paling dominan dibandingkan dengan variabel harga dan promosi. Variabel kualitas produk, harga dan promosi juga memiliki pengaruh baik pengaruh signifikan maupun simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas produk,, Harga,Promosi, Keputusan pembelian

ABSTRACT

Thesis with the title “The Effect of Product Quality, Price, and Promotion on Purchasing Decisions at Marketplace Shopee in the Joto Hamlet Community” was written by Tasya Futukha Sa'adah, Nim. 126405203256, with the supervisor Jusuf Bachtiar, S.S., M.Pd.

This study aims (1) to determine the effect of product quality, price, and promotion on purchasing decisions of marketplace shopee in the joto hamlet community. (2) In connection with these problems, hypotheses are proposed including the alleged product quality, and price, partially and simultaneously influence the purchasing decision and the alleged product quality variable has the most dominant influence on purchasing decisions, (3) to determine the effect of product quality partially or individually on purchasing decisions, (4) to determine the effect of promotion partially or individually on purchasing decisions.

The sample in this study found 80 people who were joto hamlet community. The data analysis method used to determine the effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions is multiple linear regression and coefficient of determination, while to determine whether there is a partial or individual effect, namely the t test and simultaneously or together, namely F test.

This research uses an associative quantitative approach. The data collection technique uses non probability sampling type quota sampling. The data analysis technique uses validity test, reliability test, multicollinearity test, multiple linear regression test, determination coefficient test, F-test, T-test, heteroscedasticity test, and residual normality test.

Based on the results of the research above, it can be obtained that overall the independent variation has a significant value in a positive direction. Where the product quality variable has the most dominant value compared to the price and promotion variables. Product quality, price and promotion variables also have a significant or simultaneous effect on the dependent variable, namely purchasing decisions.

Keywords: Product quality, Price, Promotion, Purchase decision