

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada toko Setia Jaya Fashion. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner terhadap 60 responden dengan teknik *purposive sampling*, alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reabilitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas dan Uji T) dengan menggunakan statistik SPSS Versi 23.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga (X2) memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel lokasi (X3) mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan promosi (X4) memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the of product quality, price, location and promotion on purchasing and decisions at the Setia Jaya Fashion store. The type of research is quantitative and data collection techniques using questionnaires to 60 respondents with purposive sampling techniques, the analytical tools used in this study is the validity test, reability test, multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, test heteroscedasticity and T test) using SPSS Version 23 Statistics.

The results of the study indicate that product quality (X1) has a significant and significant effect on purchasing decisions, price (X2) has a but not significant effect on purchasing decisions, the location variabel (X3) has a significant and significant effect on purchasing decisions, while promotion (X4) has a significant impact on purchasing decisions. Infuence but not significant on purchasing decision.

Keyword : product quality, price, location, promotion and purchasing decisions.

