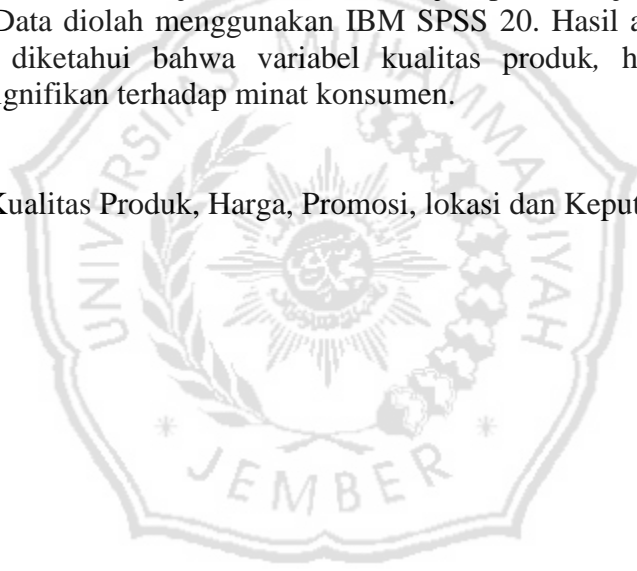


ABSTRAK

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah ANALISIS PERSEPSI KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SANGKAR BURUNG PERKUTUT KASARAN(STUDI DI DESA DAWUHAN MANGLI SOKOWONO JEMBER). Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Penelitian dilakukan pada konsumen sangkar burung perkutut di Desa Dawuhan Mangli Sukowono Jember sebanyak 75 orang responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sensus. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas) dan uji hipotesis (uji t, uji F dan koefisien determinasi). Data diolah menggunakan IBM SPSS 20. Hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen.

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



ABSTRACT

The purpose of this research is to know and analyze the influence of product quality, price, promotion and location to purchasing decision either partially or simultaneously. The research was conducted on the consumer of bird cage in Dawuhan Mangli Sukowono Jember Village as many as 75 respondents. The sampling technique used the census technique. Data collection techniques using questionnaires. The analysis used included the test of the research instrument (test of validity and reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (multicollinearity test, heteroscedasticity test and normality test) and hypothesis test (t test, F test and coefficient of determination). Data processed using IBM SPSS 20. The results of analysis using regression can be seen that product quality, price, and promotion variables significantly influence consumer interest.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Location and Purchase Decisio

