

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Setia Jaya Fashion Pujer Bondowoso. Sampel yang digunakan adalah konsumen Setia Jaya Fashion Pujer Bondowoso yang berjumlah 100 orang dengan menggunakan metode *non probability sampling*. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan korelasi *Pearson Validity* dengan teknik *product moment* dan uji reliabilitasnya menggunakan *Alpha Cronbach*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan uji asumsi klasik menggunakan program spss 17.0. Berdasarkan hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Kualitas produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of product quality, price and promotion of purchasing decisions. This a survey research with questionnaire. Population used in this research is consumer of Setia Jaya Fashion Pujer Bondowoso. The sample used is consumers Setia Jaya Fashion Pujer Bondowoso which amounted to 100 respondent using non-probability sampling of method. Validity test in this research is done by Pearson Validity correlation with product moment technique and reliability test using Alpha Cronbach. The analysis technique used is multiple regression analysis and the classical assumption test using spss 17.0 program. Based on result of t test (partial) indicate that variable of product quality have significant effect to purchasing decision, price variable have significant effect to purchasing decision and promotion variable have significant effect to purchasing decision. Based on the F test (simultaneous) shows that the variable of product quality, service quality and price significantly influence the purchase decision.

Keywords: *Product quality, Price, Promotion and Purchase Decision.*

