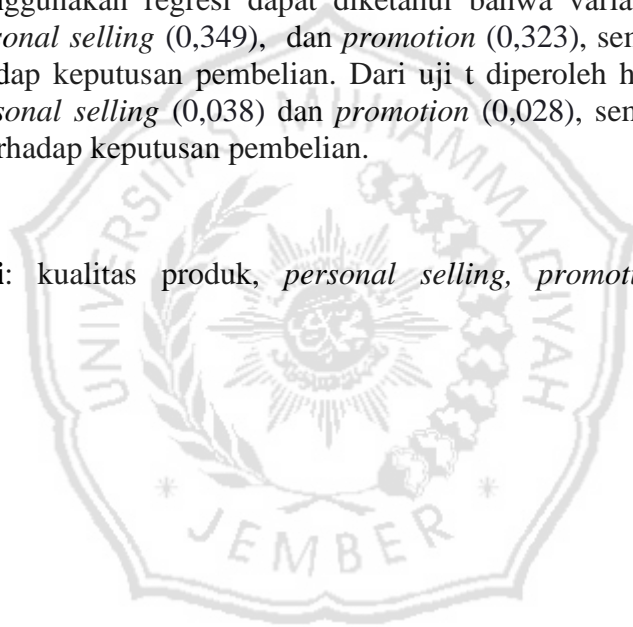


## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Roti Ceria Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, penjualan personal, dan promosi terhadap keputusan pembelian Roti Ceria Jember. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa wawancara dan kuesioner terhadap 80 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (0,435), *personal selling* (0,349), dan *promotion* (0,323), semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil kualitas produk (0,003), *personal selling* (0,038) dan *promotion* (0,028), semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** kualitas produk, *personal selling*, *promotion* dan keputusan pembelian.



## **ABSTRACT**

*This research is conducted to consumer of Roti Ceria Jember. The aim from this research is to know the effect from quality of the product, personal selling, and promotion toward the buying decision of Roti Ceria Jember. In this research collected of data with interview and questionnaire toward 80 respondents with purposive sampling technique. This is doing to know the perceptions from respondents about each variable. Data instrument test (Validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (Normality test, Multicollinearity test, heteroskedasticity test, ), and hypothesis test (t test, determination coefficient) will be used to analyze. From regression analysis, we know that quality of the product (0,435), personal selling (0,349), and promotion (0,323) have the positive effect for the buying decision. From t test resulting quality of the product (0,003), personal selling (0,038) and promotion (0,028), that mean all of three variables have significance influential toward buying decision.*

**Key words:** *quality of the product, personal selling, promotion and buying decision.*

