

ABSTRAK

PENGARUH HARGA , PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN FASHION DI ARTOMORO STORE , PASAR MALAM KODAM SURABAYA

Oleh :

Masithoh Nur Fauziah

Dosen Pembimbing :

Dr. Ec. R. Agus Baktiono, SE., MM

Semakin ketatnya persaingan antar perusahaan, maka perusahaan satu dengan yang lain bersaing merebut pangsa pasar dan mempertahankan pelanggannya. Agar hal tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga , kualitas produk yang pantas serta promosi yang dapat meningkatkan penjualan. Penelitian ini dilakukan di Artomoro Store , Pasar Malam Kodam , Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian (2) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian (3) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian (4) pengaruh harga, promosi, kualitas produk secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini kuantitatif dengan jumlah sampel 97 responden, serta menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini menggunakan program SPSS ver. 26. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikemukakan bahwa harga , promosi , kualitas produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan.

Kata Kunci : *Harga , Promosi , Kualitas Produk , Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND PRODUCT QUALITY ON FASHION CLOTHING PURCHASE DECISIONS AT ARTOMORO STORE, KODAM NIGHT MARKET SURABAYA

By :

Masithoh Nur Fauziah

Advisor :

Dr. Ec. R. Agus Baktiono, SE., MM

The more intense the competition between companies, the companies compete with each other for market share and retain their customers. In order for this to be achieved, every company must strive to produce and deliver goods and services that consumers want at reasonable prices, product quality and promotions that can increase sales. This research was conducted at Artomoro Store, Kodam Night Market, Surabaya. The purpose of this study was to determine (1) the effect of price on purchasing decisions (2) the effect of promotion on purchasing decisions (3) the effect of product quality on purchasing decisions (4) the influence of price, promotion, overall product quality on purchasing decisions. This research is quantitative with a sample of 97 respondents, and uses a questionnaire as a data collection technique. In this study using the SPSS ver. 26. Based on the results of this study, it can be stated that price, promotion, product quality on purchasing decisions have a significant effect partially and simultaneously.

Keywords: *Price, Promotion, Product Quality, Purchase Decision*