

ABSTRAK**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, PROMOSI PENJUALAN, DAN HARGA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

Albertus Aktalio
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh secara bersama-sama kualitas produk, kualitas layanan, promosi penjualan, dan harga pada keputusan pembelian konsumen, 2) pengaruh secara parsial kualitas produk pada keputusan pembelian konsumen, 3) pengaruh secara parsial kualitas layanan pada keputusan pembelian konsumen, 4) pengaruh secara parsial promosi penjualan pada keputusan pembelian konsumen, 5) pengaruh secara parsial harga pada keputusan pembelian konsumen. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 orang responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen toko Mirota Kampus Simanjuntak. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan: 1) kualitas produk, kualitas layanan, promosi penjualan, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, 2) kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, 3) kualitas layanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen 4) promosi penjualan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen 5) harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas layanan, promosi penjualan, harga keputusan pembelian konsumen

ABSTRACT**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY,
SALES PROMOTION, AND THE PRICE ON
THE DECISION OF BUYING**

Albertus Aktalio
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2020

The purpose of the research is to find out: 1) simultaneously influence of product quality, service quality, sales promotion, and the price to the decision of buying, 2) partial influence of product quality to the decision of consumer buying, 3) partial influence of service quality to the decision of consumer buying, 4) partial influence of sales promotion to the decision of consumer buying, 5) partial influence of price to the purchase decision. The sampling technique in this research used purposive sampling, the data was obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. The population in this research was all consumers of Mirota Kampus Simanjuntak retail shops. The research used multiple linear regression as the analysis technique. The results from the research shows that: 1) product quality, service quality, sales promotion, and the price influenced purchase decision simultaneously, 2) product quality partially influenced purchase decision, 3) the service quality partially influenced purchase decision, 4) the sales promotion partially influenced purchase decision, 5) the price partially influenced purchase decision.

Keywords: product quality, services quality, sales promotion, price.