

ABSTRAK

Misnawati, 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada JM Store Bulukumba*. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Moh Aris Pasigai dan Aulia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada JM Store Bulukumba. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli pakaian di JM Store Bulukumba yang tidak diketahui jumlahnya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. *Instrument* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert. Metode analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis berupa uji t (parsial), dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada JM Store Bulukumba, Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada JM Store Bulukumba, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada JM Store Bulukumba. Besarnya kontribusi variabel X terhadap variabel Y dibuktikan dengan hasil koefisien sebesar 51,2% sedangkan sisanya 48,8% dijelaskan oleh faktor – faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

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

ABSTRACT

Misnawati, 2022. *The Effect of Product Quality, Price, and Promotion on Consumer Purchase Decisions at JM Store Bulukumba. Thesis of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by: Moh Aris Pasigai and Aulia.*

This study aims to determine the effect of product quality, price, and promotion on consumer purchasing decisions at JM Store Bulukumba. The type of data used in this research is quantitative data. The population in this study are all consumers who have bought clothes at JM Store Bulukumba whose number is unknown. The sample used in this study was 90 respondents. Data collection techniques using a questionnaire. The instrument used in this study used the Likert scale method. The data analysis method uses validity and reliability tests, classical assumption tests in the form of normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing in the form of t-test (partial), and test the coefficient of determination.

Based on the results of the study, it shows that product quality has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at JM Store Bulukumba, Price does not have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at JM Store Bulukumba, and Promotion has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at JM Store Bulukumba. The magnitude of the contribution of the X variable to the Y variable is evidenced by the coefficient of 51,2% while the remaining 48,8% is explained by other factors that are not included in this research model.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision