

ABSTRAK

Nurindah. 2025. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Dagang (UD) Naga Mas Kecap Dua Jempol Kabupaten Gowa*. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Andi Mappatempo dan Aulia.

Tujuan penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Usaha Dagang (UD) Naga Mas Kecap Dua Jempol Kabupaten Gowa. Sampel diambil dari konsumen yang menggunakan kecap dua jempol. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan mencakup data primer dan data sekunder. Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert. Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi Statistical Package for the Social Science (SPSS) versi 25 mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Usaha Dagang (UD) Naga Mas Kecap Dua Jempol Kabupaten Gowa. Hal itu dibuktikan dari nilai variabel kualitas produk (X1) dimana nilai $t_{hitung} 6,982 > t_{tabel} 1,988$, dari variabel harga (X2) dimana nilai $t_{hitung} 2,276 > t_{tabel} 1,988$ dan variabel promosi (X3) dimana nilai $t_{hitung} 2,921 > t_{tabel} 1,988$ maka penulis menarik kesimpulan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk yang harus ditingkatkan, harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang didapat oleh konsumen dan juga memperluas promosi agar mampu meningkatkan minat beli konsumen.

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