

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DONAT KUKUS
LA RETA KUNIR LUMAJANG**

ABSTRAK

Penjualan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan dan tujuan dari penjualan itu sendiri adalah untuk mencapai target volume penjualan mendapatkan laba dan dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas p jroduk dan promosi terhadap keputusan pembelian donat kukus La Reta Kunir Lumajang. Pada penelitian ini menggunakan metoda kuantitatif dan analisis regresi dengan memperhatikan uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, simultan f serta koefisien determinasi. Penelitian menggunakan teknik *accidental sampling* dengan sebanyak 60 responden dengan populasi konsumen di donat kukus La Reta Kunir Lumajang. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial dan simultan kualitas produk dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian donat kukus La Reta Kunir Lumajang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DONAT KUKUS
LA RETA KUNIR LUMAJANG**

ABSTACT

Sales is a very important thing for a company and the purpose of the sale itself is to achieve the sales volume target to make a profit and be able to support the company's growth.

This study aims to determine product quality and promotion on purchasing decisions for La Reta Kunir Lumajang steamed donuts. In this study using quantitative methods and regression analysis with regard to the validity and reliability test, the classical assumption test, simultaneous f and the coefficient of determination. The study used an accidental sampling technique with 60 respondents with a consumer population of La Reta Kunir Lumajang steamed donuts.

The results of this study show that partially and simultaneously product quality and promotion have a significant effect on purchasing decisions for La Reta Kunir Lumajang steamed donuts.

Keyword : Product Quality, Promotion and Purchasing Decisions