

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TANAMAN HIAS DI THATAFLORIST
KRATON YOSOWILANGUN LUMAJANG**

ABSTRAK

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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian tanaman hias di Thataflorist Kraton Yosowilangun Lumajang. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi dengan memperhatikan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis dengan uji parsial t dan uji simultan f serta koefisien determinasi. Penelitian menggunakan teknik *accidental sampling* dengan sebanyak 60 responden perhitungan dengan rumus *roscoe* dengan populasi para konsumen di Thataflorist Kraton Yosowilangun Lumajang. Hasil menunjukkan secara parsial dan simultan promosi dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian tanaman hias di Thataflorist Kraton Yosowilangun Lumajang.

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

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TANAMAN HIAS DI THATAFLORIST
KRATON YOSOWILANGUN LUMAJANG**

ABSTRACT

Sales are very important for a company and the purpose of sales it self is to achieve sales volume targets, even more than whats is set by the company so that the gets profits and support company growth.

This study aims to determine the promotion and quality of products on the decision the purchase ornamentals plants at Thataflorist Kraton Yosowilangun Lumajang. This study uses quantitative methods and regression analysis by taking account validity and reliability, classical assumption tests, multiple linier regression analisys, hyphothesis testing with partial t test and simultaneous f test and determination coefficients. The study used accidental sampling technique with as many as 60 respodents calculating with the roscoe formula with the population of consumers at Thataflorist Kraton Yosowilangun Lumajang. The results showed that the results of the study showed that partially and simultaneously the promotion and quality of products had a significants effect on the purchase decision of ornamental plants at Thataflorist Kraton Yosowilangun Lumajang.

Keyword : Promotion, Product Quality, and Purchase Decision