

ABSTRAK

Toko bangkit merupakan perusahaan di bidang produksi keripik salak pondo yang menjual berbagai macam olahan keripik salak yang berdiri di desa Pronojiwo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen produk keripik salak pondo di Toko Bangkit Pronojiwo. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu Kuantitatif. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner kepada 80 responden jumlah populasi 150 orang, dan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probabiliti sampling. Dalam penelitian pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi liner berganda. Setelah dilakukan uji secara parsial atau uji T didapat hasil sebagai berikut. 1. Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangkit. 2. Kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangkit, 3. Strategi pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangkit. Koefisien determinasi (R) yang diperoleh sebesar 51,3 %. Keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga kualitas produk, Strategi pemasaran.

Kata Kunci : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Strategi Pemasaran dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

Toko bangkit is a company in the field of production of salak pondo chips that sells various kinds of processed salak chips that are established in Pronojiwo village. This study aims to determine the effect of price, product quality, and marketing strategy on purchasing decisions consumers of salak pondo chips products at Toko Bangkit Pronojiwo. Method The research method used in this research is Quantitative. Data collected by distributing questionnaires to 80 respondents with a total population of 150 people, and the sampling technique used in this study is quantitative. people, and the sampling technique used in this study was non-probabiliti sampling. probabiliti sampling. In hypothesis testing research conducted with multiple liner regression analysis techniques. After doing a partial test or T test, the following results were obtained. 1. Price has no significant effect significant effect on purchasing decisions at Toko Bangkit. 2. Product quality significantly affects purchasing decisions at Bangkit Stores, 3. Marketing strategy has a significant effect on purchasing decisions at purchase decision at the Bangkit Store. The coefficient of determination (R) obtained is 51,3 %. Purchasing decisions can be explained by the variable price, product quality product quality, marketing strategy.

Kata Kunci : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Strategi Pemasaran dan Keputusan Pembelian.

