

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KRIPIK SINGKONG PILLA CV. KEMBANG  
JAYA DI LUMAJANG”**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen



**YULIANA WATI**

**NIM. 214121894**

**PROGRAM SARJANA STRATA I  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

# WIDYA GAMA LUMAJANG

2018

## PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KRIPIK SINGKONG PILLA CV. KEMBANG JAYA DI LUMAJANG

### *FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMERS IN DOING PURCHASES IN CV. KEMBANG JAYA IN LUMAJANG*

Yuliana Wati

[yulianawati518@gmail.com](mailto:yulianawati518@gmail.com)

STIE WIDYA GAMA

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh marketing mix yang terdiri dari kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen CV. Kembang Jaya di Lumajang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Lumajang yang melakukan pembelian di CV. Kembang Jaya Lumajang. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari jenis kelamin beragamnya usia dan berdasarkan pendidikan dengan jumlah 60 responden dengan teknik pengambilan sampel *Nonprobability sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif analisis regresi linier berganda uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan untuk promosi berpengaruh. Secara simultan kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen CV. Kembang Jaya di Lumajang. Hasil koefisien determinasi  $R^2$  menunjukkan sebanyak 37,3% keputusan pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga, dan promosi, sedangkan sisanya 62,7% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of marketing mix consisting of product, price, location, and promotion to consumer purchasing decision in CV. Kembang jaya in Lumajang. Population in this research is Lumajang society that make purchasing at CV. Kembang Jaya in Lumajang. This population is heterogeneous which can be seen from the diverse age and gender with the number of 60 respondents with sampling technique nonprobability sampling. This research uses descriptive analysis method of multiple linear regression analysis hypothesis test. The results of this study indicate that the product partially affect the purchase decisions while for price, location and promotion have no effect. Simultaneously product, price, location, and promotion have a significant positive effect to consumer purchasing decision in CV. Kembang jaya Lumajang. The result of determination coefficient of R<sup>2</sup> shows that 37,3% of consumer purchasing decision can be explained by product variable, price, location, and promotion, while the rest 62,72% consumer purchase decision influenced by other variable not examined in this research.*

**Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision**

