

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *PERSONAL SELLING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STOP KONTAK MEREK
LOYAL PADA PT KAWI AGUNG KENCANA MEDAN**

Cerrly Riawin, Rini Wijaya, Wenti Suriani Samosir, William Andreas

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Penentuan objek pada penelitian ini dilakukan di PT Kawi Agung Kencana. Adapun tujuan penelitian dilakukan untuk menguji dampak Kualitas Produk, Harga dan *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian Stop Kontak Merek Loyal pada PT Kawi Agung Kencana. Pendekatan dengan metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Pada penetapan jumlah populasi yaitu sebanyak 176 pelanggan dengan sampel sejumlah 122 pelanggan. Teori yang digunakan untuk penelitian diambil dari sumber teori manajemen pemasaran yang diambil berdasarkan judul yang diteliti. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pada pengujian data secara parsial, variabel kualitas produk, harga dan *personal selling* menunjukkan pengaruh secara *positive* dan *significant* dari masing masing variabel terhadap keputusan pembelian stop kontak merek loyal pada PT Kawi Agung Kencana. Pada pengujian analisa data secara simultan, variabel kualitas produk, harga dan *personal selling* menunjukkan pengaruh *positive* dan *significant* terhadap keputusan pembelian stop kontak merek loyal pada PT Kawi Agung Kencana.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, *Personal Selling*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Determination of the object in this study was carried out at PT Kawi Agung Kencana. The purpose of this research was to examine the impact of Product Quality, Price and Personal Selling on the Purchase Decision of Loyal Brand Contact Stop at PT Kawi Agung Kencana. A quantitative approach is used in this research. In determining the number of population as many as 176 customers with a sample of 122 customers. The theory used for research is taken from the source of marketing management theory based on the title under study. The research method used is multiple linear regression analysis. In partially testing the data, the variables of product quality, price and personal selling show a positive and significant influence of each variable on the purchase decision of a loyal brand socket at PT Kawi Agung Kencana. In the simultaneous data analysis test, the variables of product quality, price and personal selling showed a positive and significant effect on the decision to purchase a loyal brand socket at PT Kawi Agung Kencana.

Keywords: Product Quality, Price, Personal Selling, Purchase Decision