

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI PENJUALAN DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT ANGELINE SHOES MEDAN

**Amanda Griselda Bahri
Jeselyn Windyalim
A. Sugasini
Fhan Rani Putri Pertiwi**

Program Studi Manajemen

Penelitian ini dilakukan di PT Angeline Shoes Medan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan dan iklan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Angeline Shoes Medan. Keputusan pembelian *shoes* PT Angeline Shoes Medan terjadi penurunann yang ditandai dengan belum tercapainya target perusahaan yang diakibatkan Kualitas Produk, Promosi Penjualan dan iklan. Metode penelitian menggunakan kuantitatif. Populasi adalah berjumlah 167 konsumen dan sampel berjumlah 118 konsumen Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling random sampling*. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,982 > 1,981$ dan signifikan yang diperoleh $0,003 < 0,05$, berarti adanya pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT Angeline Shoes Medan. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,294 > 1,981$ dan signifikan yang diperoleh $0,001 < 0,05$, berarti adanya pengaruh positif dan signifikan Promosi Penjualan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT Angeline Shoes Medan. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,363 > 1,981$ dan signifikan yang diperoleh $0,001 < 0,05$, berarti adanya pengaruh positif dan signifikan Iklan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT Angeline Shoes Medan. Hasil pengujian diperoleh nilai $F_{hitung} (19,067) > F_{tabel} (2,68)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk, Promosi Penjualan dan Iklan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT Angeline Shoes Medan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi Penjualan, Iklan, Keputusan Pembelian