



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS LABUHANBATU

Jurnal Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)

Alamat : Jl. Sisingamangaraja No.126A Aek Tapa-Rantauprapat

Website OJS : <http://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/index>

Email : jecobisma@gmail.com

Rantauprapat, 15 Juni 2021

Nomor : 004/Ecobisma/FEB-ULB/VI/2021

Lampiran : -

Hal : Letter of Acceptance (LoA)

Kepada Yth,
Bapak/Ibu.

Intan Angelina Hulu, Nurmaidah Ginting, Ika Yesika Rajagukguk

di-

Tempat.

Dengan Hormat,

Terima kasih telah mengirimkan artikel ilmiah untuk diterbitkan pada Jurnal Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen) dengan judul :

***PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN GOLD LABEL WHIP CREAM
DI PT. RICH'S PRODUCT INDONESIA***

Berdasarkan hasil review, artikel ilmiah tersebut dinyatakan **DITERIMA** untuk dipublikasikan pada Jurnal Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen) ISSN 2620-3391 edisi Juni Vol. 8 No. 2 Tahun 2021.

Artikel tersebut juga akan dipublikasikan secara online melalui website OJS resmi Ecobisma pada tanggal 30 Juni 2021.

Demikian informasi ini disampaikan atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Managing Editor

Pristiyono, SE, M.Si

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GOLD LABEL WHIP CREAM DI PT. RICH'S PRODUCT INDONESIA

Intan Angelina Hulu, Nurmaidah Ginting.S.E.,M.Si, Ika Yesika Rajagukguk

Program Studi Manajemen

F.E Universitas Prima Indonesia

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di PT. Rich's Product Indonesia Rich's Gold Label Whip Cream dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah 200 pelanggan Rich's Gold Label Whip Cream di kota Medan. Sementara untuk jumlah sampel diperoleh 133 pelanggan, uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada 30 responden. Hipotesis diuji menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pada PT. Rich's Product Indonesia, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi semuanya mempengaruhi Keputusan Pembelian produk *Gold Label Whip Cream*. Adapun yang menjadi hasil riset adalah Kualitas Produk sebesar 17,159 sig 0,000 berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian, Harga sebesar 2,503 sig 0,014 berpengaruh parsial terhadap Keputusan Pembelian dan Promosi sebanyak 2,947 sig 0,004 berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian secara parsial. Kualitas Produk, Harga dan Promosi sebesar 104,241 dengan tingkat signifikan 0,000 secara simultan berpengaruh relevan terhadap Keputusan Pembelian.

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

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF GOLD LABEL WHIP CREAM AT PT. RICH'S PRODUCT INDONESIA

Intan Angelina Hulu, Nurmaidah Ginting.S.E.,M.Si, Ika Yesika Rajagukguk

Study Program, Management

Faculty of Economics, Universitas Prima Indonesia

This research aims to find out and analyze the influence of Product Quality, Price, and Promotion on Purchasing Decisions in PT. Rich's Product Indonesia Rich's Gold Label Whip Cream using quantitative descriptive method. The population of this study is 200 customers of Rich's Gold Label Whip Cream in medan. The number of samples obtained was 133 customers, validity and reliability tests were conducted on 30 respondents. The hypothesis was tested using multiple linear regression analysis. The results show that in PT. Rich's Product Indonesia, Product Quality, Price, and Promotion all influence the Purchase Decision of Gold Label Whip Cream products. The result of the research is product quality of 17,159 sig 0,000 partially influenced the Purchase Decision, the price of 2,503 sig 0,014 partially influenced the Purchase and Promotion Decision as much as 2,947 sig 0,004 influenced the Partial Purchase Decision. Product Quality, Price and Promotion amounted to 104,241 with a significant rate of 0.000 simultaneously relevant to the Purchase Decision.

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