

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LAMPU PADA PT. KINGLED INDONESIA

Heppy Yusus Hulu¹, *Januardin², Dustin Alvin³, Wati Lase⁴, Vinora⁵
Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia^{1,2,3,4,5}

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian lampu pada PT. Kingled Indonesia. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 136 pelanggan dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 101 pelanggan. Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling random sampling*, Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,507 > 1,985$ dan signifikan $0,014 < 0,05$, berarti secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lampu pada PT. Kingled Indonesia. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,383 > 1,985$ dan signifikan $0,019 < 0,05$, berarti secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lampu pada PT. Kingled Indonesia. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,813 > 1,985$ dan signifikan $0,006 < 0,05$, berarti secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lampu pada PT. Kingled Indonesia. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,445 > 1,985$ dan signifikan $0,001 < 0,05$, berarti secara parsial saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lampu pada PT. Kingled Indonesia. Hasil perhitungan hipotesis secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} (27,354) > F_{tabel} (2,47)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti secara simultan kualitas produk, promosi, harga dan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lampu pada PT. Kingled Indonesia

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Harga, Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian