

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRT ACE HADWARE CABANG DUMAI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT ACE HADWARE Cabang Dumai. Penelitian dilakukan terhadap pegawai PT ACE HADWARE Cabang Dumai. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Dikarenakan jumlah populasi sedikit, maka teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu kuota sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner dan data sekunder yang diperoleh melalui studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan data kuantitatif yang diolah dengan program Smart PLS Versi 3.0, yaitu pengujian *inner model* dan *outer model*. Hasil yang didapat dalam penelitian ini menunjukkan 1) terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian, 2) terdapat pengaruh positif antara variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian, 3) terdapat pengaruh positif antara variabel promosi terhadap variabel keputusan pembelian

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

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS AT PT. ACE HARDWARE DUMAI

ABSTRACT

This research aims to determine whether product quality, price, and promotion have an influence on purchasing decisions at PT ACE HARDWARE Branch Dumai. The study is conducted among the employees of PT ACE HARDWARE Branch Dumai, with a population of 100 individuals. Due to the limited population size, the sampling technique employed is quota sampling, with a sample size of 100 individuals. Data collection involves both primary data in the form of questionnaires and secondary data obtained through documentation studies. The data analysis technique utilizes quantitative data processed with Smart PLS Version 3.0, involving inner model and outer model testing. The results of this research indicate: 1) a positive influence between product quality and purchasing decision variables, 2) a positive impact of price on purchasing decision variables, and 3) a positive effect of promotion on purchasing decision variables.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchasing Decisions