

Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di PT Karsa Primapermata Nusa

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, promosi, kualitas produk dan keputusan pembelian. Adanya penurunan keputusan pembelian yang terjadi di perusahaan karena adanya penurunan pendapatan yang terjadi di perusahaan. Pada fenomena di harga, penawaran harga yang diberikan dalam material bahan bangunan hanya diberikan harga spesial untuk pelanggan tetap yang sudah melakukan pengambilan produk minimal 2 tahun. Sedangkan untuk pelanggan baru, belum mendapatkan pemotongan harga. Pada pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh perusahaan, belum memiliki kegiatan promosi kurang baik yang terlihat dari hanya didominasi oleh kegiatan *personal selling* oleh salesman pada setiap bulannya yang hanya menawarkan produk kepada pelanggan. Jumlah pengembalian produk yang terjadi masih sering terjadi dan pelanggan masih sering dalam mengajukan komplain kepada perusahaan tentang ketahanan produk yang sering rusak ketika digunakan dalam jangka waktu yang masih singkat. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan sampel yang digunakan adalah 100 pelanggan. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Simple random sampling digunakan sebagai metode pengambilan sampel. Kesimpulan penelitian ini adalah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada variabel harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 35%.

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