

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI, SALURAN DISTRIBUSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VALVE PT VALMATIC INDONESIA

MAY CHEL
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Penelitian ini diadakan di PT Valmatic Indonesia yang bergerak di bidang distributor produk valve. Studi ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi, saluran distribusi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk valve pada PT Valmatic Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, deskriptif kuantitatif dan *explanatory*. Populasi penelitian ini adalah 161 pelanggan PT. Valmatic Indonesia. Untuk menghitung sampel digunakan rumus *Slovin* dengan teknik *simple random sampling* sebanyak 115 responden dan 30 responden diluar dari sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan baik secara simultan maupun secara parsial promosi, saluran distribusi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk valve pada PT Valmatic Indonesia. Berdasarkan uji koefisien determinasi dapat diketahui besarnya pengaruh variabel yang diteliti adalah sebesar 37,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti yaitu sebesar 62,4%.

Kata Kunci : *Promosi, Saluran Distribusi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.*