

ABSTRAK

PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR MANUFAKTUR FOOD AND BEVERAGE TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2019-2022

Hesron Syahputra Siagian (

hesronsiagian89@gmail.com 1.cAuthor

Corresponden : Riko Fridolend Sianturi, S.Sos.

M.Si.(fridolend03@gmail.com)

Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan membeli pada Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Jasa terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Qubic Ball Dot Com, Medan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 167 pelanggan dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 118 pelanggan. Metode pengambilan sampel yaitu metode simple random sampling. Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif, jenis penelitian adalah deskriptif, jenis data adalah jawaban kuesioner. Penelitian ini dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,218 > 1,98099$ dan signifikan $0,002 < 0,05$, variabel harga diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,610 > 1,98099$ dan signifikan $0,010 < 0,05$, variabel kualitas produk diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,266 > 1,98099$ dan signifikan $0,025 < 0,05$, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan 36,1% dari variabel yang dijelaskan, sedangkan sisanya sebesar 63,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini. Kesimpulan penelitian ini adalah promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembeli, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli. Promosi, harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan membeli pada Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Jasa terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Qubic Ball Dot Com, Medan.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Kualitas Jasa, Keputusan Membeli