

ABSTRAK

PENGARUH FAKTOR EMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. KEDAUNG MEDAN INDUSTRIAL Ltd

**Kennedy¹, Yhessa Devies², Stevany³
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia**

Tujuan dari dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak secara parsial maupun bersamaan dari variabel faktor PT. Kedaung Medan Industrial Ltd. Jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Kedaung Medan Industrial Ltd yang berjumlah 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisa regresi linier berganda. Secara parsial penelitian ini berhasil membuktikan bahwa faktor emosi dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Demikian juga penelitian ini berhasil membuktikan secara simultan *digital* faktor emosi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Kedaung Medan Industrial Ltd.

Kata Kunci: Faktor Emosi, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian