

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION SCARLETT WHITENING DI APLIKASI SHOPEE PADA MASYARAKAT KELURAHAN DWIKORA

Oleh:
Yudita Harefa
190311038

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada masyarakat kelurahan dwikora. Pengaruh antara kualitas produk dan promosi akan dianalisis secara parsial dan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara online pada masyarakat kelurahan dwikora dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat kelurahan dwikora. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil pengujian yang dilakukan secara parsial (uji – t) dengan menggunakan program SPSS dimana nilai t_{hitung} (10,347) lebih besar dari t_{tabel} (1,661), Variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil nilai t_{hitung} (3,205) lebih besar dari t_{tabel} (1,661) dan Variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian nilai dari f_{hitung} pada kualitas produk dan promosi yang lebih besar dari f_{tabel} ($79,078 > 3,09$).

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

PRODUCT QUALITY AND PROMOTION INFLUENCE ON THE PURCHASE OF SCARLETT WHITENING BODY LOTION IN THE SHOPEE APLLICATION IN THE DWIKORA VILLAGE COMMUNITY

Oleh:
Yudita Harefa
190311038

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and promotion on the purchase in dwikora village community. The influence between product quality and promotion will be analyzed partially and simultaneously on purchase. The research method used is quantitative research. The data collection technique used a questionnaire that was distributed indirectly to the dwikora village community with purposive sampling technique. The sample in this study were of dwikora village community. The analytical method used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of the research conducted indicate that the product quality variable has a significant effect on consumer purchase with the results of the partial test (t-test) using the SPSS program where the value of tcount (10,347) is greater than ttable (1.661), the promotion variable has an effect significantly on consumer purchase with the result that the value of tcount (3,205) is greater than ttable (1,661) and the product quality variable and promotion have a significant effect on consumer purchasse the value of fcount on product quality and promotion which is greater than ftable (79,078 > 3.09).

Keywords : *product quality, promotion, purchase*