

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO PANTENE DI
HARMONY SWALAYAN TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen – Strata 1



OLEH :

NAMA : JUNEASKAYNA LIZA

NIM : 041401503125086

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA 2018

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO PANTENE DI
HARMONY SWALAYAN TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1



OLEH :

NAMA : JUNEASKAYNA LIZA

NIM : 041401503125086

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2018

**EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION TO
DECISION PURCHASE SHAMPO PANTENE IN HARMONY
SWALAYAN TANGERANG SELATAN**

Thesis

Presented As One Of The Conditions For Obtaining A Degree
BACHELOR OF ECONOMICS
Economic Studies Program Management – Strata 1



SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

JAKARTA

2018

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price, and promotion on the decision to purchase Pantene shampoo in Harmony Swalayan Tangerang where the number of samples was 43 respondents based on the Roscoe formula. This research methodology is associative quantitative and analysis is carried out by multiple linear regression analysis. The results showed partially that Product Quality did not have a positive effect on Purchase Decisions, Price had a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Promotion had a positive and significant effect on Purchasing Decisions. simultaneously Product Quality, Price, and Promotion together with a positive and significant effect of 28.9% and the remaining 71.1% are influenced by other variables not explained in this study.

Keywords: Product Quality, Price, and Promotion



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga , dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene di Harmony Swalayan Tangerang dimana jumlah sampel sebanyak 43 responden berdasarkan rumus Roscoe. Metodologi penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif dan analisis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial Kualitas Produk tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. secara simultan Kualitas Produk, Harga, dan Promosi bersama sama berpengaruh positif dan signifikan 28,9 % dan sisanya 71,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, dan Promosi

