

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINUMAN
BUBBLE DRINK CHATIME DI GERAJ MAYESTIK**

SKRIPSI

Program Studi: Manajemen



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINUMAN
BUBBLE DRINK CHATIME DI GERAJ MAYESTIK**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Program Studi Manajemen – Strata 1



OLEH:

Nama : DESI DAMAYANTI

NIM : 041701503125048

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

JAKARTA

2021

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND
PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS ON BUBBLE
DRINK CHATIME AT MAYESTIK OUTLETS**

THESIS

The Study Program : Manajement



Arranged By:

Nama : DESI DAMAYANTI
NIM : 041701503125048

ECONOMIC FACULTY & BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA
2021

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND
PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS ON BUBBLE
DRINK CHATIME AT MAYESTIK OUTLETS**

THESIS

Presented As One Of The Conduction For Obtaining A Dgree

BACHELOR OF MANAGEMENT

Manajement – Strata 1



By:

Nama : DESI DAMAYANTI

NIM : 041701503125048

**ECONOMIC FACULTY & BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA
2021**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada minuman bubble drink Chatime gerai Mayestik. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian di Chatime gerai Mayestik dan sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 responden. Desain penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda, uji F, uji T dan uji Koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) kualitas produk (X1) dan Promosi (X3), berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sedangkan Harga (X2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Secara simultan (uji F) Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). dan kontribusi semua variabel bebas Adjusted R² sebesar 72,8% terhadap keputusan pembelian (Y), sedangkan sisanya sebesar 27,2% dijelaskan dengan factor lain yang tidak diketahui dan tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine whether product quality, price, and promotion have an effect on purchasing decisions on the Chatime bubble drink Mayestik outlet. The population in this study were all consumers who made purchases at Chatime Mayestik outlets and the sample in this study amounted to 100 respondents. This research design uses accidental sampling technique. The data collection method in this study was multiple linear analysis, F test, T test and the coefficient of determination test with the help of SPSS 23 software. The results showed that partially (t test) product quality (X1) and Promotion (X3), had a significant effect on purchasing decisions (Y) while price (X2) has no effect and is not significant on purchasing decisions (Y). Simultaneously (F test) shows that there is a positive and significant effect on product quality variables (X1), Price (X2), Promotion (X3) on purchasing decisions (Y), and the contribution of all independent variables Adjusted R2 by 72.8% to the purchase decision (Y), while the remaining 27.2% is explained by other unknown factors and not included in this study

Keywords: Product Quality, Price, Promotion and Purchase Decision