

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK PETITE CUPCAKES**

**SKRIPSI**

**SARJANA EKONOMI**

**Program Studi Manajemen-Strata 1**



Oleh :

Nama : MURNI DWI KORANTI

Nim : 041501503125022

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK PETITE CUPCAKES**

**SKRIPSI**

**SARJANA EKONOMI**

**Program Studi Manajemen-Strata 1**



Oleh :

Nama : MURNI DWI KORANTI

Nim : 041501503125022

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2020**

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan produk Petite Cupcakes. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 100 orang pelanggan Petite Cupcakes dengan menggunakan teknik pengambilan sampel probability sample. Jenis penelitian ini adalah uji kausal dimana untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar satu bahkan lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan pengolahan data menggunakan software SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, dan promosi secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Petite Cupcakes, sedangkan harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian.**



## ABSTRACT

*This research was conducted on customers of Petite Cupcakes products. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price, and promotion on purchasing decisions. The sample used in the study amounted to 100 Petite Cupcakes customers using probability sampling techniques. This type of research is a causal test in which to determine the relationship or influence between one even more independent variables on the dependent variable. The research method uses multiple linear regression analysis with the help of data management using SPSS software version 22. The results of this study indicate that product quality, and promotion simultaneously or partially have a significant effect on purchasing decisions on Petite Cupcakes products, while prices do not have a significant influence on purchasing decisions consumer.*

*Keywords: Product Quality, Price, Promotion and Purchasing Decisions.*

