

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CFC (STUDI KASUS
PADA CFC BEJI DEPOK 1)”**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen– Strata 1



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2017

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CFC (STUDI KASUS
PADA CFC BEJI DEPOK 1)”**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen-Strata 1



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2017

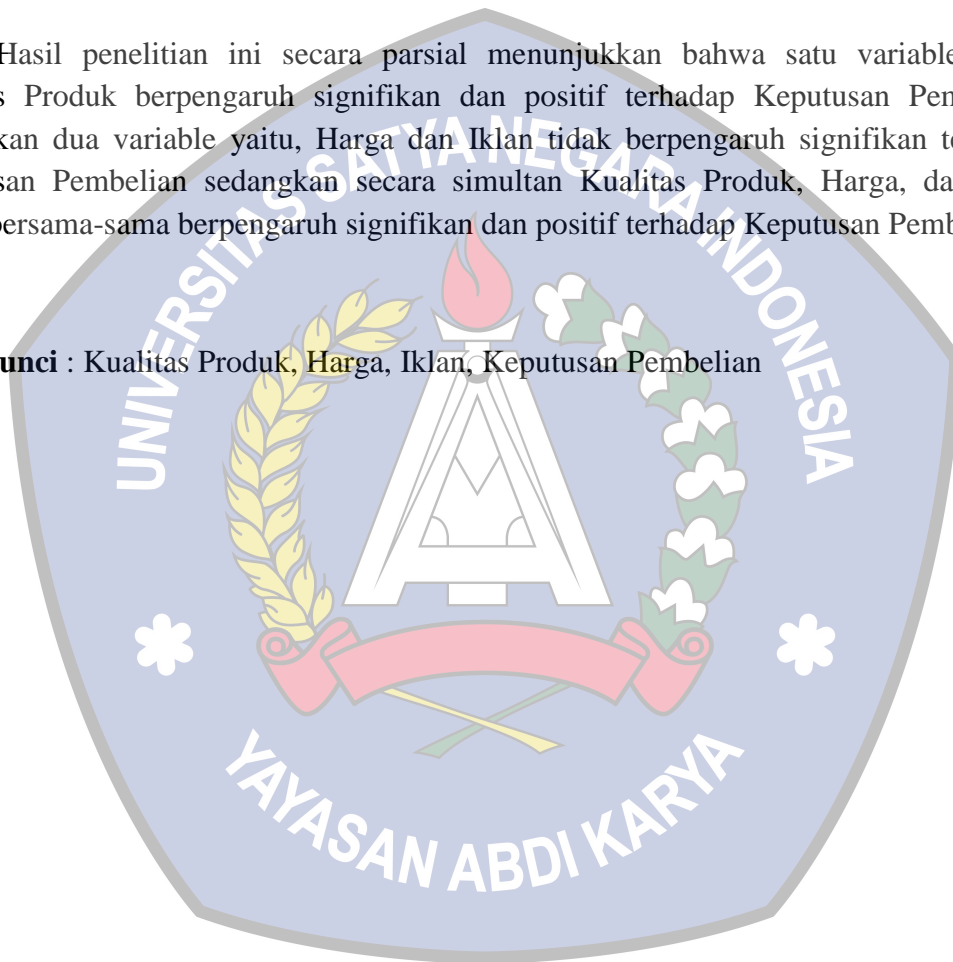
Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada CFC Beji Depok 1 secara parsial dan simultan. Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian kausal. Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung CFC Beji Depok 1 dengan responden 100 orang.

Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan teknik kuisioner. Analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan SPSS versi 22.0.

Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa satu variable yaitu, Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan dua variable yaitu, Harga dan Iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sedangkan secara simultan Kualitas Produk, Harga, dan Iklan secara bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Iklan, Keputusan Pembelian



Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of Product Quality, Price, and Advertising on Purchase Decision on CFC Beji Depok 1 partially and simultaneously. The research method is a causal research. Samples in this study were CFC Beji Depok 1 visitors with 100 respondents.

The data used are primary data. Methods of data collection using questionnaire techniques. The analysis of digested data is quantitative using SPSS version 22.0.

The results of this study partially indicate that one variable that is, Product Quality has a significant and positive effect on Purchase Decision. While the two variables, Price and Advertising have no significant effect on Purchase Decision while simultaneously Product Quality, Price, and Ads together have a significant and positive influence on Purchase Decision.

Keywords: Product Quality, Price, Ads, Purchase Decisi\

