

ABSTRAK

Meningkatnya pertumbuhan industri UMKM dirasa akan menguntungkan apabila disertai dengan manajemen pemasaran dengan baik. Akan tetapi konsumen akan melakukan pembelian ulang jika dirasa kualitas produk yang dibeli sangat bagus dan harga yang ditawarkan tergolong cukup kompetitif, serta banyak promo atau diskon tiap bulannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian makanan ringan di UD. Aji Jaya Makmur Cerme Gresik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 112 responden untuk teknik pengambilan sampelnya menggunakan Teknik nonprobability sampling dengan jenis accidental sampling, dan Teknik analisis datanya menggunakan SPSS 21. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa : Kualitas produk berpengaruh positif dengan nilai signifikan sebesar 0,001, harga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai sebesar 0,002, dan juga promosi berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Increasing the growth of the MSME industry is felt to be beneficial if accompanied by good marketing management. However, consumers will make repeat purchases if they feel the quality of the product purchased is very good and the price offered is quite competitive, as well as lots of promos or discounts every month. This study aims to determine and analyze the effect of product quality, price and promotion on the decision to purchase snacks at UD. Aji Jaya Makmur Cerme Gresik. The method used in this study is the quantitative method with a total sample of 112 respondents. The sampling technique uses the non-probability sampling technique with the accidental sampling type, and the data analysis technique uses SPSS 21. The research results show that: Product quality has a positive effect with a significant value of 0.001, price has a positive and significant effect with a value of 0.002, and promotion also has a positive and significant effect with a value of 0.000. So it can be concluded that all variables simultaneously influence purchasing decisions

Keywords : *Product quality, Price, promotion, Purchase Decision.*