

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa program studi PVKK konsentrasi tata rias Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dengan jumlah sampel 74 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu sampel jenuh. Penelitian ini menggunakan uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji hipotesis yaitu uji t dan uji F, analisis regresi linier berganda serta koefisien determinan. Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa harga, promosi, dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa program studi PVKK konsentrasi tata rias Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

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

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of price, promotion and product quality on purchasing decisions in PVKK study program students concentrating on cosmetology, PGRI Adi Buana University, Surabaya with a sample size of 74 respondents. This study uses a sampling technique that is saturated sample. This study used research instrument tests, namely validity and reliability tests, classical assumption tests, namely normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, autocorrelation tests, hypothesis tests, namely t tests and F tests, multiple linear regression analysis and the coefficient of determinant. Based on the results of the study explained that price, promotion, and product quality had a partial and simultaneous significant effect on purchasing decisions in PVKK study program students concentrating on cosmetology, PGRI Adi Buana University, Surabaya.

Keywords: Price, Promotion, Product Quality, Purchase Decision.