

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

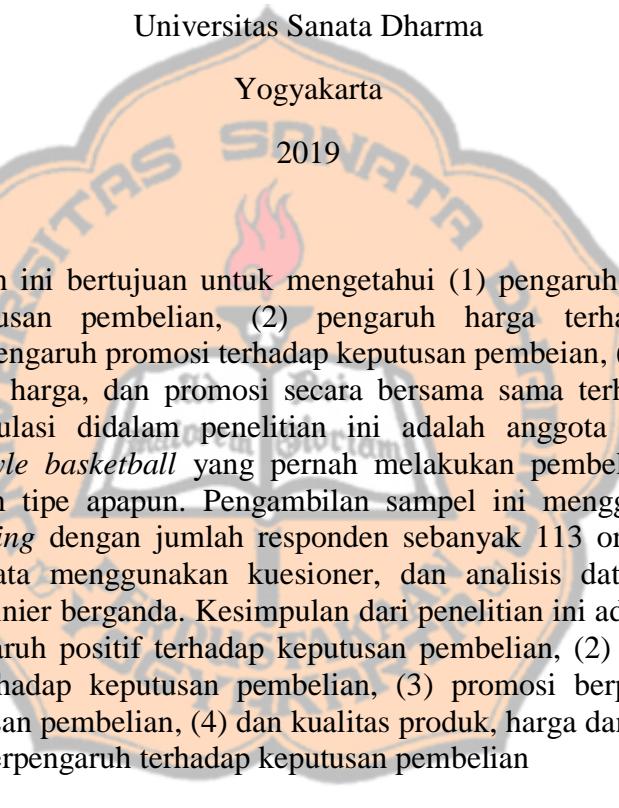
(Studi pada pemain di komunitas Kingdom Freestyle Basket di Kota Yogyakarta)

Yohanes Dyon Undagi

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2019



Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, (3) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, (4) dan pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota dari komunitas Kingdom *freestyle basketball* yang pernah melakukan pembelian bola basket Tachikara dalam tipe apapun. Pengambilan sampel ini menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 113 orang, lalu teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, (2) lalu harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, (3) promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, (4) dan kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci : kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian.

ABSTRACT
**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND
PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS ON TACHIKARA
BASKTBALL**

**(Study on players in the Kingdom Freestyle Basket community in the city of
Yogyakarta)**

Yohanes Dyon Undagi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2019

This study aims to determine (1) the influence of product quality on purchasing decisions, (2) the influence of prices on purchasing decisions, (3) the influence of promotions on purchasing decisions, (4) and the influence of product quality, prices, and promotions together simultaneously purchasing decisions. The populations in this study are members of the Kingdom Freestyle Basketball community who have purchased Tachikara basketball in any types. This sampling used the Purposive Sampling method with 113 respondents, then the data collection technique used a questionnaire. Data analysis used multiple linear regression analysis. The conclusions of this study are (1) product quality influenced purchasing decisions, (2) then the price did not influence purchasing decisions, (3) promotion influenced purchasing decisions, (4) and product quality, prices and promotions simultaneously influenced together purchasing decisions.

Keywords: product quality, price, promotion, purchasing decision