

ABSTRAK

PENGARUH IKLAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK PADA  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
Studi pada Konsumen Produk Salad Nyoo di Yogyakarta

Agustina Chalara Primania  
Universitas Sananata Dharma  
Yogyakarta  
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan, harga dan kualitas produk pada keputusan pembelian produk bagi konsumen Salad Nyoo di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen produk Salad Nyoo. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen Salad Nyoo yang pernah membeli produk Salad Nyo paling sedikit 1kali. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan pengujian hipotesis variabel iklan, harga, dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian produk Salad Nyoo. Variabel iklan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** iklan, harga ,kualitas produk

ABSTRACT

THE EFFECT OF ADVERTISING, PRICE AND PRODUCT QUALITY ON  
PRODUCT PURCHASE DECISIONS  
Study on Nyoo Salad Consumers in Yogyakarta

Agustina Chalara Primania  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2021

The aim of this study is to determine whether advertising, price and product quality influence product purchasing decisions of Salad Nyoo consumers in Yogyakarta. The sample of this study were Salad Nyoo consumers who had purchased Salad Nyo products at least once. The number of respondents in this study were 100. The sampling method is purpose sampling. Data were collected by distributing a questionnaire to the respondents. The data analysis techniques used were multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that based on hypothesis testing, advertising, price, and product quality simultaneously influence purchasing decisions. Advertising partially influences purchasing decision. Price partially does not influence purchasing decisions. Product quality partially influences purchasing decisions.

***Keywords:*** advertising, price, product quality.

