

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Susu Anlene. Obyek penelitian dalam penulisan ini adalah Konsumen PT. Mitra Sehati Sekata Semarang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Alat analisis datayang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda, dimana sebelumnya dilakukan uji Validitas dan Reliabilitas. Adapun hasil penelitiannya adalah : (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian, semakin baik kualitas produk pada susu Anlene, maka akan meningkatkan tingkat proses keputusan pembelian. (2) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian, semakin murah dan rendah persepsi harga yang diberikan PT. Mitra Sehati Sekata, maka akan meningkatkan tingkat keputusan pembelian. (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian, semakin baik promosi yang diberikan oleh PT. Mitra Sehati Sekata Semarang, maka akan meningkatkan proses keputusan pembelian.

Kata Kunci : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study attempts to try and analyze the influence of quality products, perception price and promotion for the purchase milk anlene decision. Objects research in writing this is consumers PT. Mitra Sehati Sekata Semarang. Engineering the sample of the research is used technique purposive sampling of respondents 100 people. The anaysis data used in this research analytics linear regression multiple, where formerly undergone a validity and reliability. As for the result of research is: (1) quality products have and a positive impact on the process and significant, purchase decision improving product quality Anlene, it will increase the rate of purchasing. (2) perception price have had a positive inpact on the process and significant, purchase decision cheaper and low price assignment PT. Mitra Sehati Sekata, accord it will in crease the rate of purchasing decision (3) promotion have had a positive impact on the process and significant, purchase decision better promotion offered by PT. Mitra Sehati Sekata Semarang it will increase the purchase decision.

Keywords: influnce, product quality, price and promotion to the purchase decision.