

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen produk sepatu merek Nike yang dipasarkan oleh perusahaan distributor sepatu Shoe Vanue Kick Semarang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : **Kualitas produk, persepsi harga, promosi dan keputusan pembelian**

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, price perception, and promotion on consumer purchasing decisions. This study uses a survey method with a questionnaire as a data collection tool. The population in this study were all consumers who bought Nike brand shoes marketed by shoe distributor company Shoes Vanue Kick Semarang. The sample in this study were 100 respondents with purposive sampling as a sampling technique. The data analysis technique in this study used multiple linear regression analysis. The result showed that product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions, price perception had a positive and significant effect on purchasing decisions, and promotion had a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords : Product Quality, Price Perception, Promotion and Purchasing Decisions