

ABSTRAK

Judul : **Pengaruh Iklan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kental Manis Indomilk Di Cikupa Tangerang ( dibimbing oleh Ir. Jatmiko.MM.,MBA)**

Nama : Ismi Ekasari

Nim : 201511471

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh iklan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian ini adalah konsumen kental manis Indomilk yang berlokasi di Cikupa, Tangerang. Penelitian ini dilakukan terhadap 150 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif. Karena itu analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kental manis Indomilk di Cikupa, Tangerang, sedangkan kualitas produk dan harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kental manis Indomilk di Cikupa, Tangerang. Hal ini dibuktikan dari hasil uji parsial ( uji t ) yang menunjukkan nilai signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung hipotesis. Secara simultan variabel iklan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini terbukti dari hasil F hitung lebih besar dari F tabel.

**Kata kunci : Iklan, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian**

**ABSTRAK**

Judul : *Effect of Product Quality and Price Advertisements on Indomilk Sweet Condensed Purchasing Decisions in Cikupa, Tangerang*

Nama : Ismi Ekasari

Nim : 201511471

*This research was conducted to determine the effect of advertising, product quality and price on purchasing decisions. The object of this research is Indomilk sweet condensed consumers located in Cikupa, Tangerang. This research was conducted on 150 respondents using descriptive and quantitative approaches. Therefore the analysis of the data used is statistical analysis in the form of multiple linear regression tests. The results of this study indicate that partially, advertising affects the purchasing decisions of Indomilk sweetened condensed in Cikupa, Tangerang, while the product quality and price partially does not affect the purchasing decisions of Indomilk sweetened condensed in Cikupa, Tangerang. This is evidenced from the results of the partial test (t test) which shows the significant value of the three independent variables that support the hypothesis. Simultaneously advertising variables, product quality and price influence the purchase decision. This is evident from the results of F count greater than F table.*

**Kata kunci : Advertising, Product Quality, Price, Purchasing Decisions**