

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian ini merupakan pelanggan Zara Lippo Karawaci. Pengambilan sampel menggunakan *non probability* sampling dengan teknik *purposive sampling* dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan observasi dan dokumentasi Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur dan di uji dengan menggunakan SPSS versi 23.

Hasil uji penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian sedangkan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan promosi, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Di sarankan Zara Lippo Karawaci meningkatkan promosi dan diskon harga serta kepada para pelanggannya.

Kunci : Promosi, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study is aimed at finding out influence of Promotion and Price and Product quality upon Buying Decision Zara Lippo Karawaci. One hundred customer are chosen using purpose sampling method. Data are obtained by using questionare, interview, observation and documentation which are then analyzed using path analysis with SPSS 23.

The study concludes that Promotion partially have negative effect upon Buying decision and Price and Product quality have positive effect upon Buying decision. And Promotion, Price and Product quality simultaneously significant positive effect upon Buying decision.

Therefore it is suggested that Zara Lippo Karawaci increase promotion and product qyality, give discount price for regular customer.

Keywords: *Promotion, Price, Product Quality, Buying Decision*