

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan dan harga produk terhadap keputusan pembelian pada sari roti. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dan data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari hasil menyebar kuesioner dengan sampel 96 responden. Analisis data menggunakan SPSS v.25 for windows dengan menguji analisis regresi linier berganda, koefisiensi determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel harga harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini mendapat persamaan regresi $Y = 3.616 + 0.191 (X1) + 0.779 (X2) + 0.182 (X3) + e$. Hasil regresi berganda ini menunjukkan nilai Adjusted R-square sebesar 0.586 yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 58,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian ini.

Kata kunci: daya tarik iklan, harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian.