

ABSTRAK

Industri kasur busa yang semakin berkembang didorong oleh tingkat kebutuhan masyarakat yang meningkat, sehingga perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat bertahan dan memenangi persaingan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli kasur busa di ud dimas jaya.konsumen. Sampel penelitian adalah 50 orang, menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis. Hasil uji menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel} = 10.643 > 270$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ bahwa kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Keempat variabel independen dianggap penting ketika akan membeli kasur busa. Perlu menjadi perhatian lebih bagi manajemen ud.dimas jaya akan kualitas pelayanan, karena hal ini berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen.

Kata kunci: harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian