

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM WINGKO BAMBANG INDRAJAYA

Oleh :

Abdul Haris Rosyidi 17042036

ABSTRAK

Wingko babat merupakan salah satu industri unggulan yang ada di Kota Lamongan. Usaha pembuatan wingko babat berkembang pesat di Kota Lamongan. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, Tempat Dan Promosi terhadap keputusan Keputusan Pembelian Pada UMKM Wingko Bambang Indrajaya, Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dengan analisis spss 25 untuk mencari data asumsi klasik dan regresi linier berganda. Didapatkan hasil penelitian bahwa Kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. di peroleh nilai t_{hitung} sebesar 3,078 dengan nilai Sig 0,003. Harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian, di peroleh nilai t_{hitung} sebesar 4,595 dengan nilai Sig 0,000, tempat (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. di peroleh nilai t_{hitung} sebesar 2,371 dengan nilai Sig 0,000, promosi (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. nilai t_{hitung} sebesar 4,977 dengan nilai Sig 0,000. sedangkan pengaruh simultan yang menunjukkan menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $40,959 > 2,70$ dan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,0$

Kata kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Keputusan Pembelian.