

PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK PERTANIAN PADA CV. BUMI SUBUR LAMONGAN

ABSTRAK

Banyaknya perusahaan yang memproduksi produk pupuk pertanian menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Setiap produsen harus mampu memberikan kualitas produk yang diharapkan oleh para konsumen serta harga yang bersaing agar tetap menjadi pilihan para konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pupuk pertanian pada CV. Bumi Subur Lamongan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 responden dengan teknik purposive sampling. Data dianalisa menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yakni promosi, harga dan kualitas produk secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pupuk pertanian dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Secara parsial terdapat variabel yang berpengaruh positif dan signifikan yaitu, harga dan kualitas produk. Variabel promosi tidak berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Koefisien determinasi (R^2) hasil regresi sebesar 0,724. Hal ini menunjukkan 72,4% keputusan pembelian pupuk pertanian dapat dijelaskan oleh variabel independent yakni promosi, harga dan kualitas produk sedangkan sisanya 27,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : promosi, harga, kualitas produk, keputusan pembelian.

ABSTRACT

The number of companies that produce agricultural fertilizer products is causing increasingly fierce competition. Every producer must be able to provide quality products that are expected by consumers and competitive prices to remain the choice of consumers. This study aims to determine the effect of promotion, price and product quality partially and simultaneously on the decision to purchase agricultural fertilizers on the CV. Of the lamongan fertile earth. The number of samples used in this study were 96 respondents with purposive sampling technique. Data was analyzed using multiple linier regression. Based on the results of the study show that the independent variables namely promotion, price and product quality simultaneously provide a significant influence on the decision to purchase agricultural fertilizers with a significance value of $0.00 < 0.05$. partially there are variables that have a positive and significant effect, namely price and product quality. Promotion variables do not affect the dependent variable of purchasing decisions. The coefficient of determination (R^2) results in a regression of 0.724.

This shows that 72,4% of the decision to purchase agricultural fertilizer can be explained by independent variables namely promotion, price and product quality while the remaining 27,6% is explained by other variables not examined.

Keywords :promotion, price, product quality, purchasing decision.