**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN *TNT PARTY SHOP* PALEMBANG**

**Yepiana Nopriani**

**2019211025**

# ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi. Teknik pengambilan sampel adalah teknik sampel jenuh jumlah sampel sebanyak 74 responden. Menggunakan uji instrumen, validitas, dan realiabilitas. Serta uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedasitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regeresi linier berganda, analisis koefisiensi determinasi. Uji hipotesis yaitu uji t dan uji F.

Hasil uji menyimpulkan secara parsial kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen (Y) dengan nilai signifikan 0,004 < 0,05, harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen (Y) dengan nilai signifikan 0,002 <0,05, promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen (Y) dengan nilai signifikan 0,018 <0,05 Hasil uji F secara simultan diperoleh nilai signifikan 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tnt Party Shop. Hasil uji determinasi sebesar 0,486 yang menunjukkan hasil pembahasan dan kemudian memiliki hubungan yang kuat. Sehingga dapat membentuk penjelasan sebesar 48,6%, sebagian sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

**Kata Kunci**: Kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian