

ABSTRAK

Rethina Ika Primastuti (1148020244): **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Produk Halal Network International-Herba Penawar Alwahida Indonesia / HNI-HPAI di Kota Bandung Timur)”**

Suatu produk yang memiliki kualitas produk yang sangat baik, cocok digunakan, sesuai dengan selera dan keinginan adalah keinginan setiap konsumen, sehingga tak sedikit mengakibatkan konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut. Selain kualitas produk, promosi juga merupakan faktor yang sangat penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian karena bila produk tersebut sangat berkualitas, namun bila konsumen belum pernah mendengar atau mengetahuinya dan tidak yakin bahwa produk tersebut bermanfaat, maka konsumen akan ragu-ragu untuk membeli atau menggunakannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Produk Halal Network International-Herba Penawar Alwahida Indonesia / HNI-HPAI di Kota Bandung Timur. Dimana variabel independen terdiri dari kualitas produk dan promosi, sedangkan untuk variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Menurut Kotler (2001:22) mengatakan bahwa produk berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Mulai jenis atau macam produk itu sendiri, manfaat yang dihasilkan dari pembelian produk tersebut, hingga peranan penting atau tidaknya produk tersebut dibeli. Selain itu Kotler (2000:431) juga menyebutkan faktor - faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, antara lain harga, promosi dan produk.

Penelitian dilakukan pada pelanggan produk Halal Network International-Herba Penawar Alwahida Indonesia / HNI-HPAI di Kota Bandung Timur. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada nasabah yang menjadi responden sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* secara *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah meliputi pengujian validitas, pengujian reliabilitas, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis secara parsial (uji t), pengujian hipotesis secara simultan (uji F), matriks korelasi, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan keputusan pembelian produk HPAI dipengaruhi oleh Kualitas Produk dan Promosi sebesar 60.2%, dan sisanya 39.8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan (uji F), maka hasil yang diperoleh untuk variabel kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk HPAI sebesar 73.269 dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ artinya $73.269 > 3,94$. Kemudian pengujian hipotesis secara parsial (uji t) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6.164 > 1.985$ dengan nilai signifikansi 0,000. Pengujian hipotesis secara parsial (uji t) promosi berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2.215 > 1.985$ dengan nilai signifikansi 0,029.

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian