

## ABSTRAK

### **Helmi Fauzi Sehabudin (1209240096) : “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUMAHAN GARUT CITY RESIDENCE (Studi Kasus Pada Warga Garut Kota)”**

Dalam beberapa tahun terakhir, industri perumahan di Garut mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya permintaan hunian berkualitas. Perumahan Garut City Residence hadir sebagai salah satu pilihan utama bagi masyarakat Garut Kota, menawarkan produk dengan kualitas tinggi dan strategi promosi yang menarik. Namun, masih terdapat kekurangan informasi mengenai sejauh mana kualitas produk dan promosi tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian secara parsial. Selain itu penelitian ini pun bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap Keputusan pembelian secara simultan.

Untuk menjawab pernyataan di atas, peneliti menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random* dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen Perumahan Garut City Residence. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t-hitung  $3.338 > 1,660$  serta nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Promosi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung  $-4.872 > 1,660$  serta nilai signifikan  $0,001 > 0,05$ , Secara simultan, Kualitas Produk dan Promosi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai f-hitung yakni  $34.889 > 3,09$  serta nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , Selain itu, nilai  $R^2$  sebesar 0,418 atau 41,8%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian (Y) sebesar 41,8% dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu Kualitas Produk dan Promosi. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang efektif dengan menggunakan kualitas produk dan promosi dapat meningkatkan keputusan pembelian properti.

*Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian.*

## ABSTRACT

**Helmi Fauzi Sehabudin (1209240096) : "THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS IN GARUT CITY RESIDENCE HOUSING (Case Study of Garut City Residents)"**

*This research aims to analyze the influence of product quality and promotion on purchasing decisions for Garut City Residence Housing, Garut City. Given the increasing competition in property, the role of product quality and promotion is a crucial factor in influencing consumer purchasing decisions. The research method used is a quantitative method by distributing questionnaires to 100 respondents who are consumers of Garut City Residence Housing. The data analysis technique used is multiple linear regression to test the influence of the independent variable on the dependent variable. The research results show that product quality partially has an influence on purchasing decisions with a  $t$ -value of  $3,338 > 1.660$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Promotion has an influence on Purchasing Decisions with a  $t$  value of  $-4,872 > 1.660$  and a significance value of  $0.001 > 0.05$ . Simultaneously, Product Quality and Promotion have an influence on Purchasing Decisions with an  $f$ -count value of  $34,889 > 3.09$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Apart from that, the  $R^2$  value is  $0.418$  or  $41.8\%$ . These results show that purchasing decisions ( $Y$ ) of  $41.8\%$  can be explained by the independent variables, namely Product Quality and Promotion. These findings indicate that an effective marketing strategy using product quality and promotions can increase property purchasing decisions.*

*Keywords: Product Quality, Promotion, Purchasing Decisions.*

