

Analysis of the Effect of Product Quality, Price and Sales Promotion on the Purchase Decision of Scooter Classic (Case Study of MSME Scootereast Jakarta)

By Axel P.P Tambunan

Abstract

The type of study by the researcher is a quantitative research that objectives to determine the effect of product quality, price, sales promotion on purchasing decisions. This research uses a sample of 75 respondents from the population, namely people who want or have made purchases at MSME Scootereast Jakarta. The sampling technique used was non-probability sampling using purposive sampling method. The data collection carried out in this study used an online questionnaire using Google Form which was then distributed through the Line, WhatsApp, Instagram, and Telegram applications. This research uses PLS (Partial Least Square) analysis technique with SmartPLS 3.0 application. The results obtained from this study are: (1) Product Quality variable has no significant effect on purchasing decisions, with a path coefficient value of -0.032. (2) Price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, with a path coefficient value of 0.660. (3) Sales Promotion variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, with a path coefficient value of 0.310. From the results of the study, it is better for Scootereast Jakarta to pay attention to pricing their products, as well as take advantage of the procurement of sales promotions, both of which are to improve purchasing decisions for classic scooters at Scootereast Jakarta.

Keywords: *Product Quality, Price, Sales Promotion, Purchase Decision, Scooter Classic*

**Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Penjualan
Terhadap Keputusan Pembelian Scooter Classic (Studi Kasus UMKM
Scootereast Jakarta)**

Oleh Axel P.P Tambunan

Abstrak

Jenis penelitian yang dilaksanakan termasuk penelitian kuantitatif dengan tujuan yakni mengetahui pengaruh dari kualitas produk, harga, promosi penjualan pada keputusan pembeliannya. Adapun sampelnya sejumlah 75 respondennya dari populasi yang ada yakni masyarakat yang ingin ataupun sudah pernah melakukan pembelian di UMKM Scootereast Jakarta. Teknik dalam mengambil datanya memakai non probability sampling memakai metode purposive sampling. Kemudian datanya dikumpulkan dengan kuesioner secara online menggunakan Google Form kemudian disebar dengan aplikasi Line, WhatsApp, Instagram, serta Telegram. Penelitian ini menggunakan Teknik analisis PLS (Partial Least Square) berbantuan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasilnya dari penelitian yang dilakukan yaitu: (1) Variabel Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh secara signifikan pada keputusan pembeliannya, yang bernilai koefisien jalur -0.032 . (2) Variable Harga memiliki pengaruh secara positif dan juga signifikan pada keputusan pembeliannya yang bernilai koefisien jalur 0.660 . (3) Variabel Promosi Penjualan memiliki pengaruh secara positif serta signifikan pada keputusan pembeliannya yang memiliki nilai koefisien jalur 0.310 . Dari yang diperoleh didapatkan kesimpulan sebaiknya pihak Scootereast Jakarta dapat memperhatikan penetapan harga terhadap produknya, serta memanfaatkan pengadaan promosi penjualan yang tujuan keduanya adalah untuk meningkatkan keputusan pembelian *scooter classic* di Scootereast Jakarta.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian, *Scooter Classic*