

**THE EFFECT OF PRICES, QUALITY OF PRODUCTS AND
PROMOTIONS ON THE DECISION OF PURCHASING BRAND SHOES
YONGKI KOMALADI MENS**

By Nur Aditya Maulana

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the effect of Price, Product Quality and Promotion. The population in this study were consumers of the mall sun Ciputra Cububur who had bought mens shoes. The sample size was taken as many as 100 respondents, with non probability sampling method, especially incidental sampling. Data collection is done through the distribution of questionnaires. The analysis technique used is the method of PLS (Partial Least Square) analysis. The results of this study indicate that (1) Price has no significant effect on Purchasing Decisions. (2) Product Quality has no significant effect on Purchasing Decisions (3) Promotion has no significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Purchase Decision, Price, Product Quality and Promotion

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK YONGKI KOMALADI MENS

Oleh Nur Aditya Maulan

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen matahari mall ciputra cibubur yang telah membeli sepatu sepatu yongki komaladi mens. Ukuran sampel diambil sebanyak 100 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *insidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (3) Promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas Produk dan Promosi