

## ABSTRAK

### **Pengaruh Kualitas Promosi, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultramilk**

Septian Andi Ruhiyat <sup>1)</sup>, Dalizanolu Hulu, S.E., M.E., CRM., CRP. <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Kehadiran susu Ultramilk belakangan ini memang tak bisa dipungkiri lagi, sebagai salah satu produk susu yang semakin digemari oleh masyarakat. salah satu faktor di balik popularitas Susu Ultramilk adalah kualitasnya yang terjaga dengan baik. Salah satu media penjualan Susu UHT Ultramilk. Penelitiannya, penjualan susu UHT Ultramilk masih tidak stabil, baik secara kuantitas maupun secara skala penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas promosi, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner kepada 182 responden yang konsumen yang membeli produk susu UHT Ultramilk. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS 25. Hasil penelitian diharapkan dapat menjelaskan hubungan simultan dan parsial antara ketiga variabel independen (Kualitas Promosi, Kualitas Produk, dan Harga) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Temuan dari studi ini berkontribusi pada pengembangan literatur di bidang pemasaran ritel, khususnya di , serta memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen dalam menyusun strategi dan kualitas promosi, kualitas produk, dan harga guna mendorong keputusan pembelian konsumen secara lebih efektif dan kompetitif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Promosi, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian baik secara parsial maupun secara simultan.

**Kata Kunci:** Kualitas Promosi, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, .