

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN NAOMI BUAH SEGAR

- 1) Yustika Rita Rahmani 2) Dr. Yohanes Totok Suyoto, SS., M,Si, CPMA
- 2) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- 3) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Naomi Buah Segar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Naomi Buah Segar yang melakukan pembelian produk buah import dan lokal minimal sering belanja, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 145 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji validalitas, uji reabilitas, uji F, uji t, uji asumsi klasik, serta uji koefisien determinasi dengan menggunakan *software* untuk mengolah data yaitu SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil dari penelitian diketahui variabel kualitas produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang berarti jika Nilai Rs square (R<sup>2</sup>) diperoleh sebesar 0,686 yang berarti pengaruh variabel kualitas produk (X1), harga (X2), distribusi (X3) dan promosi (X4) memiliki pengaruh sebesar 68,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh factor-faktor lain selain variabel independen dalam regresi.

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