

## ABSTRAK

Muhammad Hanif, 2024: Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan pembelian Pada Produk Sepatu Ventela Di Kota Tanjungpinang. Dosen Pembimbing Hj. Iranita, S.E.,M.Si dan Risdya Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si.

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel harga, kualitas produk, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk sepatu ventela. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat kota Tanjungpinang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang pernah menggunakan dan membeli sepatu Ventela di kota Tanjungpinang. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang berasal dari kuisioner. Data yang terkumpul dan di uji menggunakan aplikasi analisis Smart PLS 4.0. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel harga dan promosi penjualan berpengaruh positif dan serta signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk berpengaruh negatif serta tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Saran untuk peneliti selanjutnya, Diharapkan penelitian ini dapat menjadi panduan untuk studi tambahan dan sumber daya untuk kemajuan ilmu pemasaran dalam kaitannya dengan berbagai harga, kualitas produk, promosi penjualan, dan keputusan pembelian. Untuk mendapatkan data yang lebih akurat, penelitian masa depan dapat menggunakan lebih banyak referensi, menambah variabel penelitian, menambah metode pengumpulan data, serta memperluas populasi dan jumlah sampel.

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

## ABSTRACT

Muhammad Hanif, 2024: Analysis of the Effect of Price, Product Quality and Sales Promotion on Purchasing Decisions on Ventela Shoe Products in Tanjungpinang City. Supervisors Hj. Iranita, S.E., M.Si and Risdy Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si.

The results of this study aim to determine and analyze the effect of price, product quality, and sales promotion variables on purchasing decisions for ventela shoe products. This study uses quantitative research. The population in this study were all people in Tanjungpinang city. The sample in this study amounted to 100 people who had used and bought Ventela shoes in Tanjungpinang city. The data used in this study are primary data derived from questionnaires. The data collected and tested using the Smart PLS 4.0 analysis application. The results stated that the price and sales promotion variables had a positive and significant effect on purchasing decisions, while product quality had a negative and insignificant effect on purchasing decisions. Suggestions for future researchers, It is hoped that this research can serve as a guide for additional studies and resources for the advancement of marketing science in relation to various prices, product quality, sales promotions, and purchasing decisions. To obtain more accurate data, future research can use more references, add research variables, add data collection methods, and expand the population and sample size.

**Keywords: Price, Product Quality, Sales Promotion, Purchase Decision.**