

ABSTRAK

Sa'di Fajri, 1520310122, Pengaruh Desain, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Distro Coreid Kalinyamatan Jepara

Persaingan usaha pada saat ini dihadapkan persaingan yang sangat ketat sehingga perusahaan dituntut agar selalu melakukan inovasi agar konsumen baru ataupun pelanggan yang telah dimiliki akan tetap menggunakan barang atau jasa dari perusahaan tersebut. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Pengaruh Desain, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Distro Coreid. (Studi Kasus di Distro Coreid Jln, Purwogondo Kalinyamatan Jepara)”. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field Research*). Jumlah sample yang digunakan sebanyak 96 responden. Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji prasyarat antara lain analisis regresi berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determininasi (R^2). Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 0,324$ $X_2 = 0,248$ $X_3 = 0,481$ dan konstanta sebesar 1,041. Dari Uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 270,727 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($270,727 > 2,70$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya desain produk, promosi, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kaos Coreid di Distro Coreid Kalinyamatan Jepara. Koefisien determininasi pada penelitian ini yaitu variabel bebas yang dimasukkan hanya mampu memengaruhi variabel terikatnya sebesar 89,5%. Sehingga masih ada 10,5% lagi pengaruh variabel lain di luar variabel desain produk, promosi, dan kualitas produk.

Kata Kunci: Desain Produk, Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.