

ANALISIS PROMOSI PENJUALAN *ONLINE*, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* BROWNIES FULL CHOCOLATE DAILY FRESH HOMEMADE DAY

(Studi Kasus Pada Konsumen Daily Fresh Homemade DAY

Disusun oleh :

Dwi Ayu Yulianti, Siti Yunitarini dan M. Shofiyuddin
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan
Jl Sriwijaya No 2 Pekalongan

ABSTRAK

Keputusan pembelian oleh seorang konsumen tidak muncul begitu saja, akan tetapi terdapat beberapa tahapan seperti proses identifikasi kebutuhan, tahap pengumpulan informasi dan referensi, hingga tahap pengambilan keputusan. Banyak aspek yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan, sehingga perusahaan harus mampu menyusun strategi pemasaran yang tepat sehingga mampu mendorong konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian. Oleh dasar itulah kemudian penelitian ini disusun dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana promosi, harga, dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Daily Fresh Homemade DAY dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan estimasi *Ordinary Least Square* menggunakan perangkat lunak SPSS Versi 21.0 untuk windows.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh secara positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Selain itu, secara simultan promosi, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini, dapat diambil simpulan bahwa strategi promosi, metode penetapan harga, dan kualitas pelayanan yang semakin baik dapat meningkatkan kecenderungan konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian. Atas dasar itulah, disarankan bagi pengelola Daily Fresh Homemade DAY untuk menyusun strategi promosi yang baik, menetapkan harga yang terjangkau, dan meningkatkan kemampuan melayani para pegawainya.

Kata kunci: Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Purchasing decisions by a consumer do not just appear, but there are several stages such as the process of identifying needs, the stage of gathering information and references, to the stage of decision making. Many aspects can influence the decision making process, so the company must be able to develop the right marketing strategy so as to encourage consumers to decide to make a purchase. By that basis then this research was compiled with the aim to find out how promotion, price, and service quality can influence consumer purchasing decisions.

The population in this study were all Daily Fresh Homemade DAY consumers with a total sample of 100 people. The sampling technique uses accidental sampling techniques. The analytical tool used is multiple linear regression analysis with estimation of Ordinary Least Square using SPSS Version 21.0 software for Windows.

The results of this study indicate that partially promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions. Prices have a positive and significant effect on purchasing decisions. Service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. In addition,