

**ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA SERTA PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK CV.LASALSA BAKERY
BANJARMASIN**

ABSTRAK

Sinta Nuriah¹, Syahrani², Azahraty³,

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 18.31.0572

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1125097401

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1128027001

Email: sntanuriah6@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Bagaimana cara meningkatkan kualitas produk, persepsi harga, dan promosi dengan baik serta faktor apa saja yang perlu diperhatikan agar mempengaruhi keputusan pembelian di CV. Lasalsa Bakery di pasaran.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang di analisis dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya. Tempat penelitian berlokasi di Jalan. Mayjen Setoyo S No11, Teluk Dalam, Banjarmasin.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga dan promosi sangat berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, faktor yang harus diperhatikan agar kualitas produk, persepsi harga dan promosi berjalan dengan baik seperti mutu, kegunaan produk, manfaat produk, kesesuaian harga dengan manfaat produk, dan promosi agar konsumen berminat atau terhadap terhadap suatu produk dan jasa.

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

Sinta Nuriah, 2021, Product Quality Analysis of Price Perception and Promotion of Consumer Purchase Decisions on Products of CV.Lasalsa Bakery Banjarmasin, Supervisor I : Syahrani Advisor II : Azahraty

This study aims to determine how much influence product quality, price perception, and promotion have on purchasing decisions. How to improve product quality, price perception, and promotion properly and what factors need to be considered in order to influence purchasing decisions at CV. Lasalsa Bakery on the market.

This research was conducted using a qualitative descriptive method, which can be interpreted as a problem-solving procedure that is analyzed by describing the state of the subject or object based on the facts that appear or are. The research site is located on Jalan. Major General Setoyo S No11, Teluk Dalam, Banjarmasin.

The results of this study indicate that product quality, price perception and promotion have a significant and positive effect on purchasing decisions, factors that must be considered so that product quality, price perception and promotion run well such as quality, product usability, product benefits, price suitability with product benefits , and promotion so that consumers are interested in or against a product and service.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, dan Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th Person Education.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat Belas, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip, dan Armstrong, Gary, 2014. *Principles of Marketing*, 15th Edition, Pearson jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

Dede Aprisal, 2017. Pengaruh Kualitas produk, Persepsi Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Great Store Clothing

Samarinda. Fandy Tjiptono 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi

Stanton, William J, 2012. *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.

Gunadi, Nikita Prisilia, 2015. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR Canon Di Manado*”
Jurnal Emba 214 Vol.3 No.1 Maret 2015. Kementrian Pendidikan
Kebudayaan Universitas SAM Ratulangi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.

Pustaka Abadi, 2020

Tjiptono, Fandy, Ph.D. 2019. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi

Tjiptono, Fandy, Ph.D & Anastasia Diana 2020.

Musfar, T.F., & SE, M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia

Arum Windayani. (2020). Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Matic Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Muhammadiyah Mataram. Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Nurfajar Setianingsih. 2016. Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada konsumen Dunkin Donuts Plaza Yogyakarta), Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI), Vol.5, No.1