

## ABSTRAK

**Asepta Putra Danur, 1820310195, “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tempe Giling Fatomi Berkah Sidorejo Grobogan”.**

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Tempe Giling Cap Fathoni Berkah Sidorejo. 2) Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian Tempe Giling Cap Fathoni Berkah Sidorejo. 3) Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Tempe Giling Cap Fathoni Berkah Sidorejo.

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan populasi Pembeli Tempe Giling Fatomi Berkah Sidorejo Grobogan dengan Sampel penelitian berjumlah 100 Pembeli. Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket, wawancara, dan dokumentasi. Pengujian hipotesis data menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil analisis data penelitian menunjukkan bahwa: 1) Hasil pengujian statistik kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai thitung 2,088 dengan nilai ttabel 1,983 ini berarti nilai thitung lebih besar dari ttabel ( $2,088 > 1,983$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya kualitas produk merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tempe Giling Fatomi Berkah Sidorejo Grobogan. 2) Hasil pengujian statistik gaya hidup terhadap persepsi harga menunjukkan nilai thitung 2,052 dengan nilai ttabel 1,983 ini berarti nilai thitung lebih besar dari ttabel ( $2,052 > 1,983$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya persepsi harga merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tempe Giling Fatomi Berkah Sidorejo Grobogan. 3) Hasil pengujian statistik promosi terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai thitung 3,647 dengan nilai ttabel 1,983 ini berarti nilai thitung lebih besar dari ttabel ( $3,647 > 1,983$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya promosi merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tempe Giling Fatomi Berkah Sidorejo Grobogan.

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