

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh strategi pemasaran, kualitas produk dan harga jual terhadap keputusan pembelian produk bahan bangunan (Studi Kasus PT. Homesmart Medan). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan kuisioner. Teknik pengujian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji instrumen penelitian, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis.

Hasil hipotesis dalam penelitian ini adalah variabel straregi pemasaran tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel kualitas produk dan harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan diperoleh bahwa variabel strategi pemasaran, kualitas produk dan harga jual berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bangunan (Studi Kasus PT. Homesmart Medan).

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Kualitas Produk, Harga Jual dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of marketing strategy, product quality and selling price on purchasing decisions for building material products (Case Study of PT. Homesmart Medan). The type of research used in this research uses quantitative research. The data collection techniques used in this research used interviews, observation and questionnaires. The testing techniques used in this research use research instrument tests, descriptive statistical tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests and hypothesis tests.

The hypothesis result in this research is that the marketing strategy variable does not have a positive and significant effect on purchasing decisions, while the product quality and selling price variables have a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, it was found that the marketing strategy variables, product quality and selling price influenced the decision to purchase building products (Case Study of PT. Homesmart Medan).

Keywords: Marketing Strategy, Product Quality, Selling Price and Purchasing Decisions