

## SARI

**Haryani.** 2006. *Pengaruh Harga, Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Deterjen Daia Konsumen Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Gebang Kabupaten Purworejo*. Skripsi. Jurusan ekonomi. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas negeri Semarang. 80 halaman. Pembimbing I. Drs. Ketut Sudarma, MM Pembimbing II. Dra. Suhermini, M.Si

### **Kata kunci : Harga, Produk, Promosi, Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain adalah harga, produk, dan promosi. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menciptakan produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau oleh konsumen. Sebagian besar Ibu rumah tangga di Kecamatan Gebang menggunakan deterjen Daia yang mendapatkan *Superbrand* untuk tahun ini. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian tentang: Pengaruh, Harga, Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Deterjen Daia Konsumen Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Gebang Kabupaten Purworejo. Permasalahan dari penelitian ini adalah: 1) Adakah pengaruh harga, produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian deterjen Daia di Kecamatan Gebang?, dan 2) Faktor manakah diantara harga, produk, dan promosi yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian deterjen Daia di Kecamatan Gebang. Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui adanya pengaruh harga, produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian deterjen Daia di Kecamatan Gebang, dan 2) Untuk mengetahui faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian deterjen Daia di Kecamatan Gebang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ibu rumah tangga yang menggunakan deterjen Daia di Kecamatan Gebang Kabupaten Purworejo, dengan jumlah populasi sebanyak 3352 orang. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *area random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 98 orang yang ditentukan berdasarkan rumus Slovin. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari harga, produk, dan promosi sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Metode pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan deskriptif prosentase.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan  $Y = 3,092 + 0,325X_1 + 0,410X_2 + 0,228X_3$ . Uji keberartian persamaan regresi dengan Uji F diperoleh  $F_{hitung} = 57,590 > 3,07 F_{tabel}$ , yang berarti secara simultan ada pengaruh antara harga, produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian deterjen Daia. Hasil uji parsial diperoleh  $t_1 = 3,641 > 1,98 t_{tabel}$ , hal ini berarti bahwa ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian,  $t_2 = 7,858 > 1,98 t_{tabel}$ , hal ini menunjukkan ada pengaruh antara produk dengan keputusan pembelian, dan  $t_3 = 4,251 > 1,98 t_{tabel}$ , hal ini berarti bahwa ada pengaruh antara promosi terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh secara simultan antara harga, produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian adalah 64,8%. Besarnya pengaruh masing-masing variabel yaitu harga sebesar 12,4% produk sebesar 39,7% dan promosi sebesar 16,2%.

Dari hasil penelitian, dimana produk memberikan pengaruh yang paling besar terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian deterjen Daia tersebut hendaknya pihak perusahaan mempertahankan kualitas dari produk. Perusahaan juga

harus meningkatkan promosi agar semakin dekat dengan para konsumennya disamping menyesuaikan harga yang dipandang konsumen telah kompetitif tersebut.