

ABSTRAK

Pengaruh Produk , Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Tradisional Di Gerai Bolu Kemojo Al- Mahdi Di Pekanbaru

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di gerai bolu kemojo Al- Mahdi Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang membeli bolu kemojo Al-Mahdi di pekanbaru. sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat kota pekanbaru dari bulan Agustus- Desember 2017. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuisisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja bolu kemojo di gerai Al-Mahdi sebanyak 17.675 orang. Melalui perhitungan rumus Slovin diperoleh jumlah sampel 99,44 angka tersebut dibulatkan sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang konsumen yang berbelanja bolu kemojo di gerai Al-Mahdi pekanbaru. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui ketiga variabel penelitian yakni produk, harga dan promosi dimana variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli bolu kemojo Al-Mahdi adalah pengaruh harga (X₂) dibuktikan nilai t_{-hitung} sebesar 4,468 yang dibandingkan dengan t_{-tabel} yakni sebesar 1,98 dapat dilihat bahwa t_{-hitung} lebih besar dari t_{-tabel} (4,468 > 1,98) sehingga Ho ditolak.

Kata Kunci : Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen

ABSTRAK

The Influence Of Products, Prices And Promotion Of The Decision To Purchase Traditional Food In The Sponge Booth Kemojo Al- Mahdi Di Pekanbaru.

This study aims to determine the effect of product, price and promotion on the decision to purchase traditional food with kemojo Al- Mahdi di pekanbaru. The population in this study is that everyone who buys kemojo Al- Mahdi is fresh. While the sample used in this study is urban society. Pekanbaru from August – December 2017. The data collection was done using a questionnaire. The population in this study were consumers who shop for the mullah Al- Mahdi as many as 17,675 people. Through the calculation of slovin formula, the number of samples 99.44 is rounded so that the number of samples of 100 consumers who shop for kemojo is attained by Al- Mahdi pekanbaru. Based on the results of the research, it is known that the three research variables are product, price and promotion where the most dominant variables influence the consumer's decision to buy the kemojo Al- mahdi. That t_{count} is greater than t_{table} ($4.468 > 1.98$) so H_0 is rejected.

Keywords : Product, Price and Promotion of Purchasing Decisions

