

**Pengaruh Kualitas Produk,Harga,Lokasi, Dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Kecap Serbaguna Di Kecamatan Kapongan
Kabupaten Situbondo**

Anwar Firmansyah

Program Studi Manajemen Agroindustri
Jurusan Manajemen Agribisnis

ABSTRAK

Pada saat ini berkembang dengan pesat produk olahan makanan khususnya produk kecap yang didukung dengan inovasi -inovasi baik pada produknya bahkan sampai pada pemasaran. Salah satu dan satu - satunya produk kecap yang ada di kota situbondo adalah Kecap Serbaguna. Terdapat 36 perusahaan kecap di daerah jawa timur, sehingga membuat persaingan semakin kompetitif dan berkembang. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian tentang pemasaran di kecamatan Kapongan Khususnya di kabupaten situbondo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada produk Kecap Serbaguna di kecamatan Kapongan, Kabupaten situbondo secara parsial dan secara serempak. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3) dan Promosi (X_4) sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y). Populasi didalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan mengkonsumsi produk Kecap Serbaguna di Kecamatan Kapongan yang diambil dengan menggunakan teknik *Cluster sampling* sebanyak 50 responden. Teknik analisis regresi linier berganda. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa : (1) secara parsial variabel harga dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh secara tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) secara serempak variabel kualitas produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Keputusan Pembelian Produk Kecap Serbaguna*

***The Influence of Product Quality, Price, Location and Promotion towards
Buying Decision of Multipurpose Soy Sauce in Kapongan, Situbondo Regency***

Anwar Firmansyah
Study Program of Agroindustrial Management
Department of Agribusiness Management

ABSTRACT

There are many soy sauce products with inovations on its product and promotion nowadays. One of them is multipurpose soy sauce from Situbondo. There are 36 soy sauce companies in East Java, thus making the competition growing increasingly competitive and therefore it is necessary to do research on marketing in Kapongan, Situbondo regency. This research aims to determine the influence of product quality, price, location and promotion towards buying decision of multipurpose soy sauce partially and simultaneously in Kapongan, Situbondo Regency. The Independent variable in this research were quality product (X_1), price (X_2), location (X_3), and promotion (X_4). The dependent variable were buying decision (Y). Population in this research were consumers who buy and consume of Multipurpose soy sauce in Kapongant and taken by using Cluster sampling technique of 50 respondents. The analysis was using multiple linear regresion. The result of the test shows that (1) price and location variable partially are significant toward buying decision, however product quality and promotion are non significant toward buying decision. (2) product quality, price location and promotion are simultaneously significant toward buying decision.

Key words : *Buying Decision, Location, Multipurpose Soy Sauce Product, Price, Product Quality*