

ABSTRAK

Butik Ellite Fashion adalah salah butik pakaian yang ada di Yogyakarta. Butik Ellite Fashion menawarkan berbagai macam produk pakaian yang sangat beragam. Tujuan dari penelitian yang dilakukan di Butik Ellite Fashion ini adalah untuk menganalisa pengaruh promosi, harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian.

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif dengan menggunakan alat pengumpulan data kuesioner yang dibagikan kepada responden, disertai dengan uji hipotesis (uji t, uji F dan uji koefisien determinan).

Berdasarkan hasil pengujian statistik, dengan menggunakan uji t yang saya lakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga $-4,507$ lebih besar dari t tabel $-1,66$, variabel promosi $3,669$ lebih besar dari t tabel $1,66$, dan variabel kualitas $2,122$ lebih besar dari t tabel $1,66$ berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil perhitungan F hitung, secara bersama-sama variabel-variabel harga, promosi dan kualitas sebesar $100,579$ lebih besar dari F tabel $3,942$ hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Butik Ellite Fashion. Serta hasil perhitungan pada uji koefisien determinan (Adjust R Square) menunjukkan bahwa keputusan pembelian di Butik Ellite Fashion dipengaruhi oleh variabel harga, promosi dan kualitas sebesar $77,2\%$, sedangkan persentase sisanya sebesar $22,8\%$ dijelaskan oleh variabel yang lain atau sebab-sebab diluar model regresi penelitian ini misalnya pelayanan, aksestabilitas pendapatan konsumen, saluran distribusi dan sebagainya

Kata kunci : Butik Ellite Fashion, analisis pengaruh promosi, harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian, uji t, uji F, uji koefisien determinan.

ABSTRACT

Elite Fashion Boutique is a clothing boutique in Yogyakarta. Elite Fashion Boutique offers a wide range of clothing products very beagam. The aim of the research conducted in this Fashion Boutique Elite is to analyze the effect of promotions, thirst and the quality of the purchasing decision.

Data analysis method used in this research is the method of quantitative analysis using data collection tool questionnaire distributed to respondents, accompanied by a hypothesis test (t test, F test and test determinant coefficient).

Based on the results of statistical tests, using the t test I have done in this study indicates that the variable price is greater than t -4.507 -1.66 table, variable promotions 3,669 bigger than t table 1.66, and the variable quality of 2,122 bigger than t table 1 , 66berpengaruh on purchasing decisions. While the results of the calculation of F count, jointly variables of price, promotion and quality of 100.579 larger than F table 3,942hal shows that these variables affect the purchasing decisions in Elite Fashion Boutique. As well as the calculation in the test determinant coefficient (Adjust R Square) shows that the purchasing decisions in Elite Fashion Boutique is affected by the variable pricing, promotion and quality of 77.2%, while the remaining percentage of 22.8% is explained by other variables or why because beyond this study regression model example of service, aksestabilitas consumer income, Saluan distribution and so on

Keywords: *Fashion Boutique Elite, analyzes the effect of promotion, price and quality to the purchasing decision, t test, F test, test determinant coefficient.*