

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN SOSIAL MEDIA PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN ENDEK PADA UD YOGA DEWATA COLLECTION

Ni Putu Diah Sukerti

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email:

Abstrak

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang dibeli. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kualitas produk dan social media promosi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atau menganalisis pengaruh kualitas produk dan *sosial* media promosi terhadap keputusan pembelian kain endek pada UD.Yoga Dewata Collection. Penelitian ini akan dilakukan di UD. Yoga Dewata, yang beralamat di Jalan Pantai Nyanyi Br. Kebon Desa Pandak Gede Kediri, Tabanan, Bali. Objek penelitian ini adalah mengukur Keputusan Pembelian atas Kain Endek pada UD. Yoga Dewata melalui kualitas produk dan Sosial Media promosi yang dilakukan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli endek pada UD.Yoga Dewata dan populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *Purposive sampling* Penelitian ini diambil dari konsumen yang datang membeli endek pada UD. Yoga Dewata dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Kata kunci: kualitas produk, sosial media promosi, dan keputusan pembelian