**ABSTRAK**

Vicky / 21169059 / 2019 / Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Pengharum Ruangan Produksi PT JS di Area Penjualan Harapan Indah, Bekasi Utara / Kristin Handayani, S.SI., M.M.

Berdasarkan laporan perekonomian Indonesia tahun 2018 diketahui bahwa pertumbuhan ekonomi 2018 tercatat 5.17%, meningkat dibandingkan dengan pertumbuhan tahun sebelumnya sebesar 5.07%. Perkembangan tersebut memberi dampak pada konsumsi rumah tangga yang meningkat pada tahun 2018 mencapai 5.05%. Salah satu sektor yang terpengaruh dampak tersebut adalah penjualan produk pengharum ruangan. Berdasarkan hasil survey *Top Brand* di 15 kota besar tahun 2018 vs tahun 2016, Bayfresh mengalami peningkatan penjualan hingga 10.3%. Peningkatan penjualan tersebut berdampak terhadap Stella dan Glade yang mengalami penurunan penjualan pada tahun 2018.

Peningkatan penjualan pada salah satu merek produk pengharum ruangan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah faktor bauran pemasaran. Kualitas produk, harga, dan promosi merupakan bagian dari faktor bauran pemasaran. Produk akan mudah dikenali oleh calon konsumen bila produk dipromosikan dengan baik dan tepat sasaran. Harga yang ditawarkan tentunya harus dipertimbangkan dengan baik agar tidak terlalu murah atau terlalu mahal. Kualitas produk berdasarkan penilaian konsumen akan mempengaruhi pembelian produk secara berulang. Penelitian ini akan membahas bagaimana pengaruh dari kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 konsumen produk pengharum ruangan. Kuesioner disebarkan kepada konsumen yang berada di wilayah Harapan Indah, Bekasi Utara karena perkembangan penduduk di wilayah tersebut cukup pesat. Penelitian ini menggunakan perhitungan statistik dengan program IBM SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (4) Kualitas Produk, harga dan promosi secara bersamaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk pengharum ruangan produksi PT JS di area penjualan Harapan Indah, Bekasi Utara. Perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk karena memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

**ABSTRACT**

*Vicky / 21169059 / 2019 / The Influence of Product Quality, Price, and Promotion on Purchase Decision of PT JS Production Air Freshener Products at Sales Area Harapan Indah, North Bekasi / Kristin Handayani, S.SI., M.M.*

*Based on the 2018 Indonesian economic report it is known that economic growth was recorded at 5.17%, an increase compared to the previous year's growth of 5.07%. This development had an impact on household consumption which increased in 2018 reaching 5.05%. One sector affected by this impact is the sale of air freshener products. Based on the results of the Top Brand survey in 15 major cities in 2018 vs 2016, Bayfresh had an increase in sales of up to 10.3%. It impacts to Stella and Glade which has sales decline in 2018*

*The sales increase of air freshener products is influenced by several factors, one of which is the marketing mix factor. Product quality, price, and promotion are part of the marketing mix factor. The product will be easily recognized by potential customers if the product is well promoted and right on target. The price offered must certainly be considered well so that it is not too cheap or too expensive. Product quality based on consumer valuation will affect repeated product purchases. This research will discuss how product quality, price, and promotion influence purchasing decisions.*

*This study uses quantitative data by distributing questionnaires to 100 consumers of air freshener products. The questionnaires were distributed to consumers in the Harapan Indah area, North Bekasi because the population growth in the region was quite rapid. This study uses statistical calculations with the IBM SPSS 20 program.*

*The results of the study show that (1) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) price has a negative effect on purchasing decisions, (3) the promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions, (4) product quality, price, and promotion have a significant effect on purchasing decisions.*

*Based on the results of the study, it can be concluded that product quality, price, and promotion influence purchase decision of air freshener PT JS Products in Harapan Indah sales area, North Bekasi. Companies need to maintain and improve product quality because it provides the greatest influence on purchasing decisions.*

*Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision*