

ABSTRAK

Mayang Maulidiyana, 2022, Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Delba Pamekasan, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Pembimbing: Dr. R. Agoes Kamaroellah, M.Si.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian.

Kedai Mie Delba yang berdiri pada tahun 2018 merupakan salah satu usaha makanan yang bertema mie dan bisa dibilang usaha mie pertama yang berada di Jalan Kangenan Gang I Kabupaten Pamekasan. Konsumen sangatlah kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian terhadap bentuk kualitas produk tersebut. Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu promosi. Promosi merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan sebuah usaha. Konsep awal berdirinya kedai ini hanya lesehan 4 meja sederhana menggunakan bambu dan beratap asbes seadanya. Pada awal mula berdirinya Kedai Mie Delba ini mereka melakukan strategi promosi melalui media online seperti *instagram*, *facebook* dan *whatsapp*. Selain itu mereka juga menyebarkan brosur di setiap jalan untuk memperkenalkan produk mereka agar bisa diketahui banyak orang. Setelah itu usaha Kedai Mie Delba mulai mengalami peningkatan dan mulai dibanjiri oleh konsumen sehingga Kedai Mie Delba bisa membangun usahanya lebih besar dan luas lagi sehingga menjadi sebuah kedai. Usaha Kedai Mie Delba ini bisa dibilang usaha Mie pertama yang ada di Pamekasan dan sekarang ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara signifikan pada Kedai Mie Delba Pamekasan, untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian secara signifikan pada Kedai Mie Delba Pamekasan dan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian secara signifikan pada Kedai Mie Delba Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis hubungan kausal. Data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Dalam menentukan jumlah sampel dengan metode *sampling insidental* yang diperoleh sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus Lemeshow. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan uji kualitas data, analisis regresi berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Pertama*, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Mie Delba, Pamekasan, hal ini ditunjukkan dari nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,984 > 1,984$) dengan nilai signifikan $0,004 < 0,05$. *Kedua*, promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Mie Delba, Pamekasan. Hal itu ditunjukkan dari nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($5,907 > 1,984$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dari hasil uji F, diperoleh Kualitas Produk dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Mie Delba, Pamekasan. Hal ini ditunjukkan dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($73,129 > 3,09$) dan signifikan $0,000 < 0,05$.