

ABSTRAK

Zulfatur Rahmah, 2024, *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Kombhung di Desa Ellak Daya Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing: Fahrurrozi, M.E.I

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

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan non bendawi pada 2 Oktober 2009 di Abudabi. Dari beberapa daerah yang ada di Indonesia, yang memiliki usaha pengrajin batik yaitu Madura salah satunya terdapat di Kabupaten Sumenep. Batik Sumenep sendiri merupakan sebuah warisan budaya dari keraton Sumenep. Salah satu usaha batik yang berkembang di sumenep ialah Batik Kombhung. Batik Kombhung merupakan salah satu usaha batik yang terdapat di Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep. Batik kombhung sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu industri batik sumenepmadura dengan motif limited edition, full hand made, dan corak warnanya cerah.

Tujuan pokok dalam penelitian ini yakni : *Pertama*, untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada batik kombhung. *Kedua*, untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian pada batik kombhung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner (angket) dengan skala likert.

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda melalui aplikasi SPSS 27. Hasil Uji F secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $81,647 > 3,09$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan variabel Kualitas Produk dan Promosi jika diuji secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Kombhung. Variabel Kualitas Produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terbukti dari hasil uji T yang memiliki nilai $T_{hitung} 5,747 > T_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel Promosi (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini terbukti dari hasil uji T yang mempunyai nilai $T_{hitung} 3,482 > T_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 0,627 atau sama dengan 62,7% dengan kategori moderat dalam hal ini variabel independen memengaruhi variabel dependen. Sedangkan sisanya 37,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini yaitu harga dan lokasi.