

ABSTRAK

Bella Syahillah, 2023. *Pengaruh Promosi, Duta Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Syaugi Mubarak Seff. MA

Kata Kunci: Promosi, Duta Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan dalam lingkungan bisnis yang berkembang sangat ketat termasuk di bidang industri kain sasirangan dan berlaku juga bagi Kantan Sasirangan Banjarmasin. Tekanan persaingan yang gencar dan sengaja diarahkan untuk mengubah keputusan konsumen, tidak dapat diabaikan karena akan berlanjut pada perpindahan pelanggan ke produsen Sasirangan lainnya. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh parsial dan simultan dari promosi, duta merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kantan Sasirangan Banjarmasin.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kantan Sasirangan Banjarmasin. Sampel sebanyak 80 orang ditentukan dengan *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner, dokumentasi dan observasi kemudian dianalisis secara kuantitatif melalui analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan: *pertama*, Secara parsial promosi, duta merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin sebesar 0,150 (15%). Duta Merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin sebesar 0,574 (57,4%). Kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin sebesar 0,305 (30,5%). Maknanya adalah jika promosi, duta merek dan kualitas produk meningkat, maka keputusan konsumen dalam membeli produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin juga akan meningkat. Variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin adalah duta merek. Kedua, secara simultan promosi, duta merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin sebesar 0,910 (910%). Maknanya adalah 91% keputusan pembelian konsumen pada produk sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin ditentukan oleh promosi, duta merek dan kualitas produk.