

ABSTRAK

Dalam masa persaingan yang sangat ketat ini, bisnis plafon PVC merupakan bisnis yang masih berkembang di kota Cirebon. Kualitas komoditi menjadi bahan pertimbangan konsumen. Oleh karena itu, pentingnya bagi bisnis untuk memberikan kualitas komoditi yang baik dengan berbagai pilihan warna yang dapat disesuaikan tergantung pada tingkat penargetan komoditi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Shunda Plafon Cirebon.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli plafon di Shunda Plafon Cirebon. Pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling jenuh* dengan jumlah responden sebanyak 96 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis regresi linier berganda menyatakan bahwa promosi dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Plafon di Shunda Plafon Cirebon. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel promosi dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 61,7% sedangkan sisanya sebesar 38,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dapat disimpulkan bahwa promosi dan kualitas produk secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Shunda Plafon Cirebon. Maka sebaiknya, untuk perusahaan Peneliti menyarankan untuk daya tahan plafon sebaiknya perusahaan terus meningkatkan kualitas produk plafon baik dari bahan dan kualitasnya agar konsumen merasa puas dan dapat meningkatkan penjualan plafon dan agar kondisi kualitas plafon dengan kondisi yang layak dan baik sehingga dapat digunakan dalam waktu yang lama dan menyarankan pada harga sebaiknya perusahaan mempertimbangkan keputusan dalam menentukan harga agar dapat diterima oleh semua kalangan

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian