

## INTISARI

Nur Aini Arifa. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Padepokan Batik Canteng Koneng Di Kabupaten Sumenp. Skripsi, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing (I) Rusnani, SE, MM. (II) Liyanto, SE, MM.

Permasalahan yang dijumpai berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen pada batik Canteng Koneng adalah terjadinya fluktuasi penjualan dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Kualitas produk, desain produk, harga, dan promosi, merupakan faktor yang telah diupayakan oleh perusahaan tetapi belum dapat memberikan kontribusi yang maksimal terhadap keputusan konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk, harga dan promosi, terhadap keputusan pembelian Batik Canteng Koneng. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Batik Canteng Koneng. Sampel ditentukan dengan teknik *insidental sampling*, dengan responden sebanyak 80 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner (angket). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh kualitas produk, desain produk, harga dan promosi, secara simultan terhadap keputusan pembelian batik Canteng Koneng. Berdasarkan hasil uji parsial dapat dilihat bahwa kualitas produk, desain produk, harga dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian batik Canteng Koneng. Simpulan dari penelitian ini adalah semakin tinggi kualitas produk, desain produk, harga dan promosi maka keputusan pembelian batik Canteng Koneng akan semakin meningkat. Saran bagi peneliti selanjutnya adalah dapat melakukan penelitian pada subyek yang berbeda dengan membatasi subyek yang membeli produk batik Canteng Koneng baru satu kali atau hanya satu kali, atau dengan mengembangkan variabel bebas lainnya.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Desain Produk, Harga, Promosi Dan Keputusan Pembelian.