

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JAMU
“MJ” DI KOTA YOGYAKARTA**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, gaya hidup dan promosi baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian produk jamu “MJ” di kota Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 konsumen jamu “MJ” sebagai sampel penelitian dengan batas minimal usia 17 tahun yang melakukan pembelian dan mengkonsumsi produk minimal dalam 3 bulan terakhir. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk, gaya hidup dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Tingkat signifikansi kualitas produk sebesar $0,001 < 0,05$, gaya hidup sebesar $0,000 < 0,05$, dan promosi sebesar $0,000 < 0,05$. Kualitas produk, gaya hidup dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari uji koefisien determinasi diketahui bahwa besarnya persentase pengaruh kualitas produk, gaya hidup dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 78,10%. Gaya hidup merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk jamu “MJ” dengan nilai koefisien beta (β) paling besar yaitu sebesar 0,638. Produsen dan pemasar produk jamu “MJ” harus terus meningkatkan keamanan, kualitas dan higienitas produk, meningkatkan frekuensi penayangan iklan serta meningkatkan kesadaran kepada calon konsumen akan pentingnya mengkonsumsi jamu tradisional untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Gaya Hidup, Promosi, Keputusan Pembelian

**THE EFFECT QUALITY PRODUCT, LIFESTYLE AND
PROMOTION OF JAMU “MJ” PRODUCT PURCHASING DECISION IN
YOGYAKARTA CITY**

Abstract

This research aims to analyze the affect of product quality, lifestyle and promotion either partial or simultaneously of jamu “MJ” product purchasing decision in Yogyakarta city. This research applied a quantitative approach. Primary data collected by distributing questionnaires to 100 jamu “MJ” consumers as a research samples with at least 17 years age of limit which have purchased and consumed the product at least in the last three months. The data analysis which applied in this research is a multiple linear regression test. The result of this research showed that partially product quality, lifestyle and promotion had a positive and significant effect to purchasing decision. A significance level of product quality is $0,001 < 0,05$, lifestyle is $0,000 < 0,05$, and promotion is $0,000 < 0,05$. Product quality, lifestyle and promotion simultaneously have a positive and significant effect on purchase decision. From the determination coefficient test, the percentage of product quality, lifestyle and promotion upon purchasing decision is known 78,10%. Lifestyle is the most dominant or influential variable affect jamu “MJ” product purchasing decision with the largest beta coefficient (β_1) which is 0,638. Manufacturers and marketers of jamu "MJ" have to continuously improve the safety, quality and hygiene of products, increase the advertisements frequency and increase potential consumers awareness of the importance of consuming traditional herbal medicine to improve purchasing decisions.

Keywords : Quality Product, Lifestyle, Promotion, Purchase Decision.