

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KERIPIK PISAN DI USAHA MIKRO KECIL DAN  
MENENGAH MAGETAN**

Vishal Rasyid Perdana<sup>1</sup>, Rizki Wahyuning Damayanti<sup>2</sup>

**INTISARI**

**Latar Belakang :** Magetan memiliki potensi sumber daya alam berupa tanaman pisang yang melimpah. Hal ini menjadi modal dasar bagi tumbuhnya UMKM yang mengolah pisang menjadi produk bernilai tambah, salah satunya adalah produk keripik pisang.

**Tujuan Penelitian :** Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian keripik pisang usaha mikro kecil dan menengah magetan.

**Metode Penelitian :** Jenis penelitian kuantitatif dengan metode *purposive sampling* dan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang di sebar melalui *google form*. Analisis data menggunakan SPSS Statistic 26.

**Kesimpulan :** Disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berperan baik dan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

---

<sup>1</sup>Vishal Rasyid Perdana (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

<sup>2</sup>Rizki Wahyuning Damayanti (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

**THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION, AND PRODUCT QUALITY ON BANANA  
CHIPS PURCHASE DECISION IN MICRO, SMALL, AND MEDIUM  
ENTERPRISES IN MAGETAN**

Vishal Rasyid Perdana<sup>1</sup>, Rizki Wahyuning Damayanti<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

**Background:** Magetan has abundant natural resource potential in the form of banana plants. This is the basic capital for the growth of MSMEs that process bananas into value-added products, one of which is banana chips.

**Research Objective:** This study is to determine the effect of price, promotion, and product quality on banana chip purchasing decisions in micro, small, and medium enterprises in Magetan.

**Research Method:** This type of quantitative research uses a purposive sampling method and a sample size of 100 respondents distributed via Google Form. Data analysis using SPSS Statistic 26.

**Conclusions:** It is concluded that price has a significant influence on purchasing decisions, promotion has a significant influence on purchasing decisions, and product quality plays a good role and has a significant influence on purchasing decisions.

**Keywords:** Influence of Price, Promotion, Product Quality, Purchasing Decisions  
**Afiliasi :** Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

---

<sup>1</sup>Vishal Rasyid Perdana (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

<sup>2</sup>Rizki Wahyuning Damayanti (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta