

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF INCOME, PRODUCT VARIATION, PROMOTION
AND PRICE ON QUOTA VOUCHER PURCHASE DECISION
(Survey of Quota Voucher Consumers at WM Cell Kp. Pasiripis, RT.03 /
RW.04, Desa. Padakembang, Kec. Padakembang, Kab. Tasikmalaya)***

**By:
WENDY NOVTIALDY
NPM. 173401110**

**Under the guidance of:
Dr. H. Ade Komaludin, S.E., M.Sc.
Dr. Hj. Iis Langitwati, Dra., M.Si.**

This study aims to determine the effect of income, product variations, promotions and prices on purchasing decisions of quota vouchers at WM Cell either simultaneously or partially. The method used in this study is non-probability sampling with 100 respondents being studied. The data collected in the form of primary data and secondary data. Data analysis using multiple regression analysis using SPSS software version 25. Based on the results studied, income, product variations, promotions and prices have a significant positive effect on purchasing decisions simultaneously. Partially income, product variety, and price have a significant positive effect, but promotion has no significant positive effect.

Keywords: *Income, Product Variation, Promotion, Price, Purchase Decision*

ABSTRAK

**PENGARUH PENDAPATAN, VARIASI PRODUK, PROMOSI DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VOUCHER KUOTA
(Survei Pada Konsumen Voucher Kuota di WM Cell Kp. Pasiripis, RT.03 /
RW.04, Desa. Padakembang, Kec. Padakembang, Kab. Tasikmalaya)**

Oleh:

**WENDY NOVTIALDY
NPM. 173401110**

Dibawah Bimbingan:

**Dr. H. Ade Komaludin, S.E., M.Sc.
Dr. Hj. Iis Surgawati, Dra., M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, variasi produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian voucher kuota di WM Cell baik secara simultan maupun parsial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini non probability sampling dengan responden yang diteliti sebanyak 100 orang. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data skunder. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan software SPSS versi 25. Berdasarkan hasil yang diteliti, pendapatan, variasi produk, promosi dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan. Secara parsial pendapatan, variasi produk, dan harga berpengaruh positif signifikan, namun promosi berpengaruh positif tidak signifikan.

Kata Kunci: Pendapatan, Variasi Produk, Promosi, Harga, Keputusan Pembelian