

## ABSTRAK

Desiana Nurayu Syafitri. 2025 Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Stik Ikan Lele. (Studi Kasus Konsumen Stik Ikan Lele) Skripsi. Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNIVERSITAS PGRI MADIUN. Pembimbing (I) Dr. Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M, (II) Dr. Apriyanti, S.E., M.M., CPSMM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian stik ikan lele Beleys di Kota Ngawi. Produk ini merupakan salah satu inovasi UMKM dalam sektor makanan ringan berbasis ikan air tawar. Meskipun telah dikenal oleh konsumen secara luas, tingkat pembelian produk masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan produk sejenis seperti stik tempe dan stik bawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 388 responden yang merupakan konsumen stik ikan lele di wilayah Ngawi. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap keputusan pembelian secara parsial. Penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas produk dan strategi penetapan harga yang sesuai, serta perlunya optimalisasi strategi promosi, khususnya melalui media digital.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, Stik Ikan Lele

## ABSTRACT

Desiana Nurayu Syafitri. 2025. *The Influence of Product Quality, Price Perception, and Promotion on Purchase Decisions of Catfish Sticks (Case Study of Catfish Stick Consumers)*. Undergraduate Thesis. Bachelor of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, PGRI University of Madiun. Supervisors: (I) Dr. Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M., (II) Dr. Apriyanti, S.E., M.M., CPSMM.

The Influence of Product Quality, Price Perception, and Promotion towards Purchasing Decisions for Catfish Sticks. (Case Study of Catfish Stick Consumers)

This study aims to analyze the influence of product quality, price perception, and promotion towards purchasing decisions for catfish sticks in Ngawi City. This product was an innovative product from MSMEs in the freshwater fish-based snack sector. Although widely recognized by consumers, the product's purchase rate was still relatively low compared to similar products such as tempeh sticks and onion sticks. This study used a quantitative approach, collecting data through questionnaires distributed to 388 respondents, who were catfish stick consumers in Ngawi area. The data analysis method used was multiple linear regression to partially test the influence of independent variables towards purchasing decisions. This study was processed using SPSS. The results show that product quality, price perception, and promotion have a positive and significant influence towards purchasing decisions. These findings emphasize the importance of improving