

ABSTRAK

Trisna Kusnandar. Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Avanza Veloz M/T (Studi pada pengguna dan pemilik Avanza Veloz di wilayah Tangerang) (dibimbing Oleh Jatmiko).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari produk, harga dan promosi sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah teknik *Quota Sampling* dengan jumlah sampel yang diperlukan 100 responden yang berasal dari penyebaran 37 pernyataan kuesioner. Responden penelitian ini adalah pengguna dan pemilik avanza veloz di wilayah Tangerang. Metode analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda.

Dari hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa responden yang melakukan keputusan pembelian adalah pada karyawan swasta dan wirausaha.

Dan setelah dilakukan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh hasil dari perhitungan bahwa dari ketiga variabel seperti produk, harga dan promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian avanza veloz. Faktor yang paling dominan dalam menentukan keputusan pembelian adalah promosi karena mempunyai nilai angka paling koefisien regresi lebih besar dibandingkan variabel lainnya.

Kesimpulan dari hasil analisis yang mempengaruhi responden serta kecenderungan untuk melakukan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Produk, Harga dan promosi terhadap Keputusan Pembelian