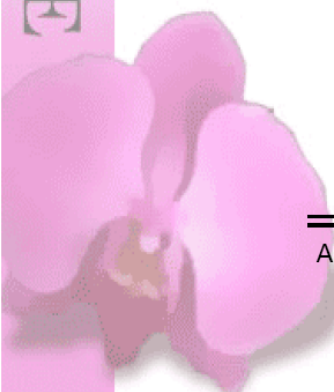


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen mobil Toyota Avanza Tahun 2016 di Auto2000 Malang Cabang Sukun) . Data yang digunakan bersumber dari konsumen yang menggunakan mobil Toyota Avanza dengan menggunakan metode analisis kuantitatif. dalam pemilihan responden yang berjumlah sampel 89 konsumen Toyota Avanza di Auto2000 Malang Cabang Sukun. Metode pengolahan data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 3.852 atau 385,2%, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 4.104 atau 410,4%, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 3.525 atau 352,5%. Secara simultan kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 56,9 % dan sisanya 43,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap keputusan pembelian



Reliability

Reliability Coefficients X1

N of Cases = 89,0

N of Items = 4

Alpha = ,7207

Reliability Coefficients X2

N of Cases = 89,0

N of Items = 4

Alpha = ,8087

Reliability Coefficients X3

N of Cases = 89,0

N of Items = 4

Alpha = ,8136

Reliability Coefficients X4

N of Cases = 89,0

N of Items = 4

Alpha = ,8265