

## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya sepeda motor yang diproduksi oleh industri sepeda motor dengan berbagai fitur dan teknologi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang menginginkan teknologi yang maju dan kualitas motor yang lebih mempuni. Kawasaki adalah salah satu merek sepeda motor yang berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan menciptakan sepeda motor yang mengedepankan kehandalan, power dan teknologi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Kualitas produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor Kawasaki di Malang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan menggunakan sepeda motor Kawasaki di Kota Malang dan sampel dalam penelitian ini adalah 50 responden yang di pilih secara acak berdasarkan pengalaman pembelian produk Kawasaki.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik nonprobability sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner, teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda dan di sertai berbagai uji yang bertujuan untuk menguji apakah ke tiga variabel yang di pilih berpengaruh atau tidak terhadap pembelian konsumen.

Dari hasil analisis, indikator-indikator dan variabel dalam penelitian ini bersifat valid. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk, kemudian diikuti variabel promosi dan terakhir adalah harga.

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

