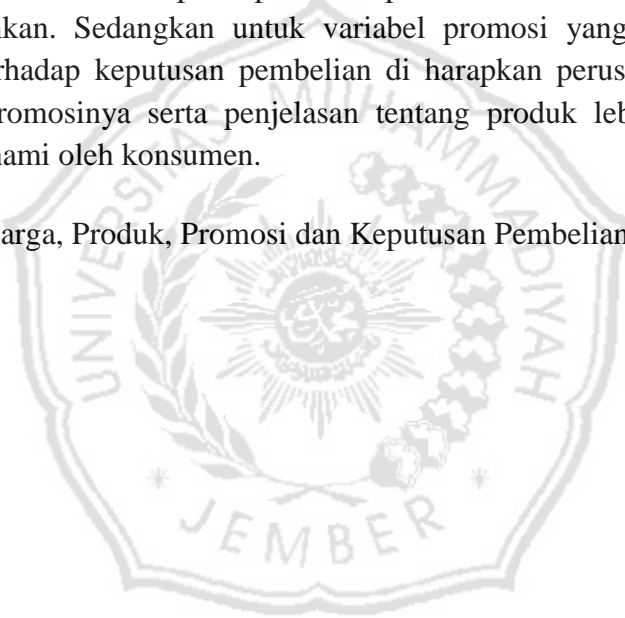


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Harga, Produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen di desa Ampel, kecamatan Wuluhan, kabupaten Jember. Data yang dianalisa dalam penelitian ini adalah data yang didapat melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Honda Vario di desa Ampel, kecamatan Wuluhan, kabupaten Jember, yakni sebesar 60 responden. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga (658), produk (219) dan promosi (051). Dari hasil penelitian ini disarankan harga yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian diharapkan dapat terus mempertahankan. Sedangkan untuk variabel promosi yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di harapkan perusahaan agar lebih di tingkatkan promosinya serta penjelasan tentang produk lebih di perjelas agar mudah di pahami oleh konsumen.

Kata kunci: harga, Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, product and promotion variables on consumer purchasing decisions in Ampel village, Wuluhan sub-district, Jember district. The data analyzed in this study is data obtained through the distribution of questionnaires. Population in this research is all consumer of Honda Vario in Ampel village, Wuluhan sub-district, Jember regency, that is equal to 60 respondents. Analyzer uses multiple linear regression. The results showed that the price (658), product (219) and promotion (051). From the results of this study suggested that prices that have the most dominant influence on purchasing decisions are expected to continue to maintain. As for the promotion variable that has no significant effect on purchasing decisions in expecting the company to be more promoted and enhanced explanation of the product more in clarify for easy to understand by consumers.

Key words: Price, Product, Promotion, and purchasing decition.

