

## ABSTRAK

Dari beberapa produsen mobil yang memproduksi mobil jenis pick up baik berbahan bakar bensin maupun solar, Mitsubishi L300 merupakan produk yang paling laku dipasaran dan memiliki angka penjualan yang tinggi di wilayah Kecamatan Bangorejo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 50 responden dengan teknik purposive sampling, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, harga, distribusi dan promosi, semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil kualitas produk, harga, distribusi dan promosi, semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** kualitas produk, harga, distribusi, promosi, keputusan pembelian



## **ABSTRACT**

*Of the several car manufacturers that produce pick-up type cars, both gasoline and diesel, the Mitsubishi L300 is the best-selling product in the market and has high sales figures in the Bangorejo District area. This study aims to determine the effect of product quality, price, distribution and promotion on purchasing decisions. In this study, data was collected using the tools of observation, interviews and questionnaires to 50 respondents using purposive sampling technique, which aims to determine the respondents' perceptions of each variable. The analysis used includes the data instrument test (validity test and reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (t test, coefficient of determination). From the analysis using regression, it can be seen that the variables of product quality, price, distribution and promotion all have a positive effect on purchasing decisions. From the t test, it is obtained that the product quality, price, distribution and promotion have a significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *product quality, price, distribution, promotion, purchase decision*

