

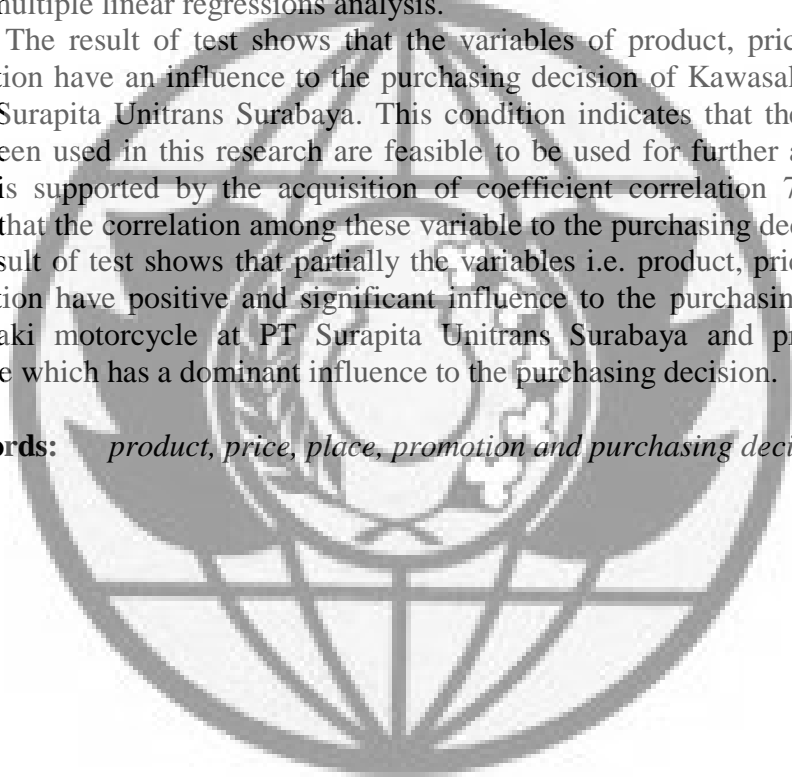
ABSTRACT

The purchasing decision is the action of the customer in purchasing a product or goods which has been offered by a certain store. The customer has influenced by the information about product, price, distribution and promotion which are known as market mix also to consider other factors.

This research is meant to find out the influence of product, price, place, and promotion to the purchasing decision. The population of this research is all customers who have ever purchased Kawasaki motorcycle at PT Surapita Unitrans Surabaya and the sample collection technique has been done by using accidental sampling. The samples are 100 people. The analysis technique has been done by using multiple linear regressions analysis.

The result of test shows that the variables of product, price, place, and promotion have an influence to the purchasing decision of Kawasaki motorcycle at PT Surapita Unitrans Surabaya. This condition indicates that the models that have been used in this research are feasible to be used for further analysis. This result is supported by the acquisition of coefficient correlation 70.2%, which shows that the correlation among these variable to the purchasing decision is firm. The result of test shows that partially the variables i.e. product, price, place, and promotion have positive and significant influence to the purchasing decision of Kawasaki motorcycle at PT Surapita Unitrans Surabaya and product is the variable which has a dominant influence to the purchasing decision.

Keywords: *product, price, place, promotion and purchasing decision.*



INTISARI

Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen membeli suatu produk atau suatu barang yang disediakan oleh sebuah toko. Para konsumen dipengaruhi oleh informasi mengenai produk, harga, distribusi dan promosi, yang dikenal dengan istilah bauran pemasaran serta mempertimbangkan faktor lain

Penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian motor Kawazaki pada PT Surapita Unitrans Surabaya dengan teknik pengambilan sampel *sampling aksidental*. Adapun jumlah sampel yang dipergunakan sebanyak 100 orang. Adapun Teknik analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda.

Hasil pengujian menunjukkan variabel produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki di PT Surapita Unitrans Surabaya. Hasil ini mengindikasikan model yang digunakan dalam penelitian layak dilanjutkan pada analisa berikutnya. Hasil ini didukung dengan perolehan koefisien korelasi sebesar 70,2%, menunjukkan hubungan antara variabel tersebut terhadap keputusan pembelian memiliki hubungan yang erat. Hasil pengujian juga menunjukkan variabel produk, harga, lokasi dan promosi masing-masing mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan variabel produk mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Keputusan Pembelian