

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan di Kota Surabaya, dengan fokus pada pelanggan Mie Gacoan cabang Ambengan Surabaya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang telah melakukan pembelian di cabang tersebut. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengidentifikasi besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel teknik pengambilan sample.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan, kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara individual, kualitas produk dan harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan promosi juga berpengaruh positif, meskipun signifikansinya lebih rendah dibandingkan kedua variabel lainnya. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas produk dan penetapan harga yang bersaing merupakan faktor kunci dalam mendorong keputusan pembelian konsumen.

**Kata kunci:** kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian

**ABSTRACT**

*This research aims to examine the effect of product quality, price, and promotion on the customers' purchasing decisions of Mie Gacoan, a branch of Ambengan in Surabaya. The research applies quantitatively. Furthermore, the instrument in the data collection technique was a questionnaire. The questionnaires were distributed to 100 respondents who have purchased in Mie Gacoan. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regressions to identify the effect of independent variables on dependent variable.*

*The result simultaneously shows that product quality, price, and promotion have a significant effect on the customers' purchasing decisions. Individually, product quality, and price have a positive and significant effect on the customers' purchasing decisions. Likewise, promotion has a positive effect on the customers' purchasing decisions, even though its significance is lower than both variables. In addition, these findings confirm that improving product quality and competitive pricing are key factors.*

**Keywords:** *product quality, price, promotion, and purchasing decisions.*

