

## ABSTRAK

Perilaku pembelian seseorang terhadap suatu produk dipengaruhi banyak faktor. Tiap individu mempunyai keinginan dan selera yang berbeda-beda. Kualitas produk merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, selain itu masih banyak lagi faktor lain yang mempengaruhi perilaku pembelian tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi dan desain terhadap keputusan pembelian produk mobil *Mitsubishi Xpander* serta menganalisis variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk tersebut pada masyarakat di wilayah Surabaya Timur.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen mobil *Mitsubishi Xpander* di wilayah Surabaya Timur diambil sebanyak 150 dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Quota Sampling*. Sementara teknik analisa data menggunakan regresi linear berganda dan pengujian hipotesis menggunakan F dan uji t.

Hasil pengujian uji F dan t menunjukkan promosi dan desain mobil *Mitsubishi Xpander* secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai t hitung X2 dan X3 < t tabel (0,740 dan 1,814 < 1,976). Sedangkan karena nilai t hitung untuk X1 > t tabel (4,713 > 1,976) maka variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk.

Kata kunci : keputusan pembelian, kualitas produk, promosi, desain.

## ABSTRACT

*The necessity of a person's purchase of a product is influenced by many factors. Each individual has different desires and tastes the product is a very influential factor on the decision purchase, besides that there are many other factors that influence behavior. The purchase of this study aims to analyze the effect product quality, promotion and design for car product purchasing decisions Mitsubishi Xpander and analyze the variables that have influence most dominant against purchasing decisions the product on people in the East Surabaya region.*

*The population in this study were all consumers of Mitsubishi cars Xpander in the East Surabaya region was taken as many as 150 by technique sampling using the Accidental Quota Sampling method. While the data analysis technique uses multiple linear regression and hypothesis testing using F and T.*

*The results of the F and t test show the promotion and design of the car Mitsubishi Xpander partially insignificant effect on purchase decisions because the value of t arithmetic X2 and X3 < t table (0.740 and 1.814-1,976). Whereas because of the calculated t value for X1 > t table (4,713 > 1,976) then quality variable partially significant effect on the product- product purchase decision.*

*Keywords purchasing decisions, product quality, promotion, design*