

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dilaksanakan pada 65 konsumen Toko Jamal Motor Surabaya. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 16. Teknik sampling yang dipakai adalah metode sensus dan teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dengan analisis faktor, uji reliabilitas dengan *Alpha Cronbach*. Uji asumsi klasik dan analisis regresi liner berganda, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci : kualitas produk, persepsi harga, promosi, keputusan pembelian