

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Cincau. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisioner, dengan sampel 95 responden pada Dua Saudara Lubuk Alung Kabupaten Padang Pariaman. Metode analisis yang digunakan adalah analisis korelasi dan regresi berganda. Hasil penelitian ini berdasarkan uji parsial (uji T) secara langsung, a. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 2,059 dengan tingkat signifikan ( $0,042 < 0,05$ ) b. Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar -131 dengan tingkat signifikan ( $0,896 < 0,05$ ) c. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 7,165 dengan tingkat signifikan ( $0,000 > 0,05$ ) dan berdasarkan uji secara bersama – sama (uji F) terdapat pengaruh signifikan kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Cincau dengan perbandingan nilai f hitung sebesar 24,489 dan tingkat signifikan ( $0,000 < 0,05$ ). Akhirnya penulis menyarankan pada pihak manajemen untuk meningkatkan keputusan beli melalui kualitas produk, harga dan promosi melalui masing-masing indikatornya. Pada peneliti selanjutnya untuk melanjutkan penelitian ini dengan menambah variabel diluar model ini. Karena Sumbangan variabel kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian 0.428 atau 42,8% sedangkan sisanya sebesar 57,2% dipengaruhi variabel diluar model ini.

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