

## ABSTRAK

Elsa Desmawirta, No.BP 15101155310315, Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis (2020), Pengaruh Bauran Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Santorina Fashion, dibawah bimbingan Ibuk Dr. Ir. Zefriyenni, MM dan Ibuk Marta Widian Sari, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Bauran Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Santorina Fashion. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisisioner, dengan sampel 96 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *non probability* sampling dengan *purposive* sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis korelasi dan regresi linear berganda dan menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan analisis statistik uji t diperoleh Bauran Promosi, Harga dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan ( $\text{Sig} < 0,05$ ). Kemudian berdasarkan analisis statistik uji F diperoleh Bauran Promosi, Harga dan Kualitas Produk secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $\text{Sig} < 0,05$ ). Selanjutnya kontribusi variabel Bauran Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sebesar 74,1% sedangkan sisanya 25,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian **Agustin (2016)** namun bertolak belakang dengan hasil penelitian **Fure (2015)**.

**Kata kunci : Bauran Promosi, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian**