

## ABSTRAK

Maulana, Much Afini. 2019. **Pengaruh Merek, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Surya Inti Putra (SIP) Pahlawan Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan di Dealer Surya Inti Putra Pahlawan Kota Probolinggo dengan tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah a) untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara merek, promosi dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian di dealer surya inti putra pahlawan kota probolinggo. b) untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara merek, promosi dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian di dealer surya inti putra pahlawan kota probolinggo. c) untuk mengetahui variable diantara antara merek, promosi dan harga yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian di dealer surya inti putra pahlawan kota probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kuantitatif, dengan variabel yang digunakan meliputi merek, promosi, harga dan keputusan pembelian. Metode analisis data hasil penelitian yaitu metode asosiatif dengan menggunakan statistik berupa analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara merek, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian di dealer surya inti putra pahlawan kota probolinggo dan hasil pengujian hipotesis secara simultan diperoleh nilai  $F_{hitung} (211,121) > F_{tabel} (2,725)$  dan  $sig. = 0,000^a < 0,05$ , berarti bahwa ada pengaruh signifikan antara merek, promosi dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian di dealer surya inti putra pahlawan kota probolinggo. hasil pengujian hipotesis parsial menunjukkan variabel merek ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung} (3,854) > t_{tabel} (1,992)$  dengan nilai  $sig. = 0,000$ , variabel promosi ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung} (3,676) > t_{tabel} (1,992)$  dengan nilai  $sig. = 0,000$ , dan variabel harga ( $X_3$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung} (3,085) > t_{tabel} (1,992)$  dengan nilai  $sig. = 0,003$ , yang berarti bahwa ada pengaruh merek, promosi dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian di dealer surya inti putra pahlawan kota probolinggo. Variabel bebas yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikat dengan nilai  $t$  hitung terbesar yang signifikan yaitu variabel merek ( $X_1$ ) sebesar 3,854 dengan  $sig. 0,000$  yang berpengaruh dominan terhadap variabel  $Y$  daripada variabel promosi ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ).

**Kata Kunci: Merek, Promosi, Harga, Keputusan Pembelian**