

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan kenyamanan berbelanja terhadap keputusan pembelian pada Waserba Tenera Asahan. Penurunan penjualan yang dialami oleh Waserba Tenera Asahan dijadikan latar belakang masalah dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data dengan metode kuesioner dengan jumlah sampel 125 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu promosi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, kenyamanan berbelanja mempunyai hubungan yang positif sejalan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa keempat variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Kemudian melalui uji f dapat diketahui bahwa secara bersama keempat variabel tersebut mempengaruhi keputusan pembelian. Angka *adjusted R square* sebesar 0,570 menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan 57% keputusan pembelian sedangkan sisanya 43% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : *promosi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, kenyamanan berbelanja, keputusan pembelian.*