

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk, persepsi harga, promosi dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian (studi pada Outlet The Body Shop Outlet Java Mall Semarang). Penelitian ini menggunakan empat variabel independen produk, persepsi harga, promosi dan saluran distribusi dengan satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Dalam kaitannya dengan keputusan pembelian, dalam penelitian ini menitikberatkan pada faktor-faktor yang dapat menyebabkan konsumen melakukan keputusan pembelian, yaitu faktor produk, harga, promosi dan saluran distribusi.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan diimplementasikan kepada 100 konsumen The Body Shop Java Mall Semarang sebagai sampel penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, yaitu uji reliabilitas dan uji validitas, uji asumsi klasik, uji t dan uji F, Koefisien determinasi serta analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis data, menunjukkan bahwa : variabel produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan serta memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian, variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel saluran distribusi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *produk, harga, promosi, saluran distribusi, keputusan pembelian.*