

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis faktor – faktor yang berpengaruh bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Variabel independent terdiri dari Kualitas produk (X1), Kesesuaian harga (X2), dan Intensitas promosi (X3). Variabel dependent adalah Keputusan Pembelian konsumen rokok Djarum Super di kota Semarang (Y). sampel berjumlah 100 responden yang diambil dengan menggunakan teknik accidenntal sampling.

Analisa menggunakan SPSS 13.0 yang meliputi, uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik. Adapun hasil regresi berganda adalah :

$$Y = 0,294 X_1 + 0,360 X_2 + 0,190X_3$$

Koefisien determinasinya (*adjusted R²*) sebesar 0,473 atau 47,3 persen artinya model koefisien determinasi sudah cukup bagus. Kesesuaian harga menunjukkan koefisien regresi paling besar. Kesesuaian harga adalah faktor paling penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor penting kedua adalah kualitas produk kemudian intensitas promosi sebagai faktor ketiga yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas produk, Kesesuaian harga, Intensitas promosi, Keputusan Pembelian