

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga, promosi dan selera, berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa Universitas Muria Kudus memilih produk rokok Nojorono dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk rokok Nojorono oleh mahasiswa Universitas Muria Kudus.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muria Kudus di Kudus. Sampel yang diambil sebanyak 92 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan target tertentu, adapun kriteria pengambilan sampel adalah responden yang sudah merasakan rokok Class Mild.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$Y = Y = -0,133 X_1 + 0,403 X_2 + 0,324 X_3$ Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel promosi dengan koefisien regresi sebesar 0,403, lalu variabel selera dengan koefisien regresi sebesar 0,324. Sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah harga dengan koefisien regresi sebesar -0,133. PT Nojorono perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata-kata kunci: *price* (harga), *promotion*(promosi), *taste* (selera), keputusan pembelian.