

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROKOK SURYA**  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang)

**Dadang Tri Nugroho**

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan, Malang)  
e-mail:vinofu@gmail.com

**Iva Nurdiana Nurfarida**

**Sri Wilujeng**

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan, Malang)

**Abstrak:** Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar yang diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau semua kebutuhan, sedangkan harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa, sedangkan promosi merupakan berbagai cara menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk dan *brand* yang dijual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan pembelian konsumen, untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen, untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen, untuk menganalisis pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel yang digunakan yaitu variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Promosi ( $X_3$ ) secara parsial dan juga secara simultan. Sampel yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang berjumlah 80 responden, yang dipilih menggunakan metode *Accidental Sampling*. Metode analisis data menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, harga dan promosi secara simultan yang mempengaruhi keputusan pembelian. Pada uji t semua variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh variabel produk ( $X_1$ ) harga ( $X_2$ ) dan Promosi ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) dipengaruhi oleh produk, harga dan promosi yang positif dibenak konsumen.

**Kata Kunci** – Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian