

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, promosi dan desain produk terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza pada PT. Nasmoco Kaligawe Semarang.

Penelitian ini dilakukan pada 100 orang pelanggan mobil Toyota Avanza pada PT. Nasmoco Kaligawe Semarang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS Ver 22.

Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa: kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, promosi, desain produk dan keputusan pembelian

