ABSTRAK

 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk , harga , dan promosi sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian produk rokok djarum super di Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh reseller PT Sumber Cipta Multiniaga. Sampel yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah path.

 Secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produkberpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 14,4% , harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian 9,4% dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 51,6%, sehingga total pengaruh yang diberikan tiga variabel adalah 75,6

Kata kunci : Kualitas Produk , Harga , Promosi , Keputusan Pembelian

 This study aims to determine the effect of product quality, price, and promotion as an independent variable on the purchase decision of super djarum cigarette products in Bandung. The population in this study were all PT Sumber Cipta Multiniaga resellers. The sample used is primary data with a data collection method using a questionnaire. The analysis technique used is path.

 Partially shows that product quality has a significant influence on purchasing decisions by 14.4%, prices significantly influence purchasing decisions 9.4% and promotion has a significant effect on purchasing decisions by 51.6%, so the total effect given by three variables is 75 , 6%

*Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision*