

## ABSTRAKSI

Vidya Pratiwi Anggraeni, Nomor Induk Mahasiswa 152120001, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan TNGR di Yogyakarta), 2017. Dosen pembimbing I, Dr. Sigit Haryono, S.sos M.Si. Dosen pembimbing II Dr. Lukmono Hadi, MS.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan TNGR dan mengetahui pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan TNGR.

Tipe penelitian ini asosiatif atau *explanatory research*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuisioner dimana jenis penelitian memberikan kuisioner kepada Pelanggan TNGR di Yogyakarta yang menggunakan dan membeli produk TNGR. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan metode *Systematic Random Sampling* untuk populasi tidak terbatas. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan TNGR di Yogyakarta yang menggunakan atau membeli produk TNGR. Berdasarkan perhitungan diperoleh ukuran sampel sebesar 97 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan yaitu ada pengaruh signifikan antara Produk (X1), Harga (X2), Distribusi (X3) dan Promosi (X4) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan secara parsial variabel Produk (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), variabel Harga (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), variabel Distribusi (X3) memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan variabel Promosi (X4) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Saran penelitian ini adalah perusahaan lebih memperhatikan Produk, Harga dan Promosi karena ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian TNGR.

**Kata Kunci: Produk, Harga, Distribusi, Promosi dan Keputusan Pembelian.**