

ABSTRAK

Oli Top1 adalah oli sintetis yang pertama kali dipasarkan di Indonesia, oleh karena itu beberapa tahun yang lalu oli Top1 menjadi diminati oleh banyak konsumen. Karena pada zaman nya oli tersebut merupakan oli terbaik. Pada penelitian ini yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu Produk, Harga, Distribusi, Promosi, dan Merek terhadap keputusan pembelian Oli TOP 1 di Mojokerto.

Sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah 100 responden yang membeli dan menggunakan Oli TOP1 di Mojokerto selama penelitian. Untuk diproses dalam regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu yaitu kuesioner

Kesimpulan penelitian ini yaitu data dari kuesioner ini diolah untuk mendapatkan analisis regresi linear berganda melalui program SPSS *ver 20.0 for windows*. Hipotesis pada penelitian ini untuk melihat pengaruh secara simultan, parsial, dan dominan terhadap keputusan pembelian Oli TOP 1 di Mojokerto. Dengan nilai Standardized Coefficient Beta pada variabel X1 (0,145), X2 (0,20), X3 (0,550), X4 (0,344), X5 (- 0,23). Dari ke tiga hipotesis, satu hipotesis tidak terbukti, yaitu variabel Promosi (X_3) berpengaruh dominan dengan nilai *Standartdized Coefficient Beta* (β) paling tinggi yaitu 0.550.

Kata Kunci :Produk, Harga, Distribusi, Promosi, dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Oli TOP 1 di Mojokerto

ABSTRACT

Top1 oil is oil synthetic who first marketed in indonesia hence some years ago top1 oil be loved by many consumers.Because in the days of his oil was olibest.This research on suspected affect decision purchase, namely products, price, promotion distribution and brand of the decision purchase top 1 oil in mojokerto areas.

The Samples worn in this research is 100 respondents buy and uses top1 oil in mojokerto areas for research.To be processed in a multiple linear regression using the tools that the questionnaire.

Conclusion of this research is that the data from these questionnaires was processed to get a linear multiple regression analysis through SPSS ver 20.0 program for windows.The hypothesis of this research is to look at the influence of simultaneous, partial, and dominant against TOP 1 Oil purchasing decisions in Mojokerto. With the value of the Standartdized variable on the X 1 Beta Coefficient (0,145), x 2 (0.20), X 3 (0,550), X 4 (0,344), X 5 (-0.23%). The third hypothesis, a hypothesis is not proven, that the variable promotion (X 3) dominant with influential Coefficient Beta Standartdized value highest i.e. 0.550.

Keywords: products, price, distribution promotion and brand of the decision purchase TOP 1 Oil inmojokerto