

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian buah jeruk lokal di Pasar Induk Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan sampel sebanyak 93 responden yang merupakan seluruh pelanggan yang melakukan pembelian rutin di Pasar Induk Medan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji hipotesis parsial (uji t) dan simultan (uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah jeruk lokal di Pasar Induk Medan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,758 menunjukkan bahwa 75,8% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh harga, kualitas produk, dan promosi, sedangkan sisanya sebesar 24,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian