

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Tingkat Promosi, Kualitas Barang dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Barang pada PT Oto Rezeki Indonesia. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dan Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada tahun 2021 berjumlah 523 dengan sampel penelitian sebanyak 83 sampel yang dihitung menggunakan rumus slovin. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Tingkat Promosi memiliki pengaruh terhadap Pembelian Barang dengan memiliki nilai $t_{hitung} (4.684) > t_{tabel} (1,99006)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, Kualitas Barang memiliki pengaruh terhadap Pembelian Barang dengan memiliki nilai $t_{hitung} (2.768) > t_{tabel} (1,99006)$ dengan tingkat signifikan $0,007 < 0,05$, Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh terhadap Pembelian Barang dengan memiliki nilai $t_{hitung} (2.329) > t_{tabel} (1,99006)$ dengan tingkat signifikan $0,022 < 0,05$ dan Tingkat Promosi, Kualitas Barang dan Kepuasan Konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap Pembelian Barang pada PT Oto Rezeki Indonesia dengan memiliki $F_{hitung} (25,303) > F_{tabel} (2,72)$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Tingkat Promosi, Kualitas Barang, Kepuasan Konsumen, Pembelian Barang.