

## ABSTRAK

**SYAHRUL, 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Perilaku Konsumen dalam Membeli Mobil Toyota Pada PT. Hadji Kalla Group Kota Makassar (dibimbing oleh Ikram Idrus dan Asri Jaya)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk, harga, tempat, dan promosi terhadap perilaku konsumen dalam membeli mobil Toyota pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Makassar, baik secara parsial maupun simultan. Hipotesis penelitian adalah produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam membeli mobil Toyota pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Makassar.

Sampel penelitian adalah 50 orang konsumen PT Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo yang membeli mobil Toyota, yang diperoleh secara purposive sampling. Data diperoleh menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian adalah produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam membeli mobil Toyota pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Makassar, baik parsial maupun simultan. Dengan demikian seluruh hipotesis penelitian diterima.

*Kata kunci: produk, harga, tempat, promosi, perilaku konsumen.*