

ABSTRAK

INCE SITTI MUSDHALIFAH yang berjudul : **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Mobil Toyota Rush Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin**, dibimbing oleh DR. Hj. Ruliaty, MM selaku pembimbing I dan St. Marhumi, SE.,MM selaku pembimbing II.

Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan dalam keputusan membeli mobil Toyota Rush pada PT. Hadji Kalla Cabang alauddin. Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen yang membeli mobil Toyota Rush yang melakukan pembelian pada Hadji Kalla Cabang Alauddin. Sampel berjumlah 45 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, harga, promosi dan saluran distribusi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin.

Kata kunci : Produk, Harga, Promosi, Saluran distribusi, Keputusan membeli