

ABSTRAK

Setiap perusahaan dituntut untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan – perusahaan lain dari seluruh dunia untuk menghadapi globalisasi yang sering dikatakan era duniatanpabatas. Dalam persaingan bisnis yang bebas ini ,syarat agar suatu perusahaan dapat sukses dalam persaingan tersebut adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa variable pengaruh promosi dan pengembangan produk terhadap keputusan pembelian produk regulator produksi PT.Catur Putra Usaha MandiriTangerang . Penelitian ini menggunakan 3 variable bebas yaitu pengaruh promosi ,pengembangan produk danKeputusan Pembelian .

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruhkonsumen yang mengambil keputusan pembelian dalam membeli produk regulator gas yang di pasarkan olehPT.Catur Putra Usaha Mandiri pada tahun 2006 yang berjumlah 230 karyawan di Tangerang dengan sampel yang di abil sebanyak 69 responden .Metode analisis data yang di pakai dalam penelitian adalah Metode Analisis Regresi dengan menggunakan alat pengumpulan data kuesioner yang di bagikan kepada responden.