

## **ABSTRACT**

*The reseach is to know the influence of price, personal selling and product quality to purchase responden in this study were costumers Oriflame Grogol branch this research was concluded on 100 respondent by using quantitative approach. Analysis of data used is statistical analysis in the form of multiple linier regresiation (spss). The result of this study showed that the T test price and product quality significantly influencethe purchase decisions Oriflame. And personal selling has no significant effect on Oriflame purchasing decisions*

**Keyword: price, personal selling, product quality and decision making**



## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, *personal selling*, dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian Oriflame. Populasi penelitian ini adalah konsumen Oriflame cabang Grogol. Sampel penelitian berjumlah 100 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji T harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian Oriflame dan *personal selling* tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian Oriflame

Kata kunci: Harga, *Personal selling*, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

