

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan promosi terhadap Keputusan pembelian produk avanza. Subjek penelitian ini adalah masyarakat Bintaro, Tangerang Selatan baik pria maupun wanita yang memiliki atau menggunakan produk avanza. Penelitian ini merupakan jenis kuantitatif yang menggunakan data primer. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode Purposive Sampling. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM dan pengolahan data menggunakan Partial Least Square (PLS).

**Kata Kunci:** Persepsi Harga, Kualitas produk, Promosi, Keputusan Pembelian, Produk Avanza

## ***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the effect of price perception, product quality and promotion on Avanza product purchasing decisions. The subjects of this research are the people of Bintaro, South Tangerang, both men and women who own or use Avanza products. This research is a quantitative type that uses primary data. The sample used in this study was 150 respondents. The sampling method was carried out by the Purposive Sampling method. This study uses SEM data analysis techniques and data processing using Partial Least Square (PLS).*

**Keywords:** *Price perception, Product Quality, Promotion, Purchase Decision, Avanza Products*