

ABSTRAK

Sarana transportasi telah menjadi bagian penting dari kehidupan manusia pada zaman sekarang. Sebagian besar penduduk Indonesia telah menggunakan kendaraan roda empat disebabkan oleh kebutuhan eksistensi diri yang dilihat dari data penjualan mobil yang meningkat dari tahun ke tahun. Persaingan di Industri otomotif semakin ketat dan menyebabkan beberapa produsen mobil melakukan inovasi beraneka ragam jenis, desain, dan fungsi dari produk mobil tersebut.

Menurut *The Association of Indonesia Automotive Industries* berdasarkan data yang telah dikumpul salah satu produk Mitsubishi berhasil masuk dan menguasai tiga besar dari 10 mobil terlaris tahun 2018 periode Jan – Mei, dimana Mitsubishi Xpander adalah mobil paling banyak dijual pada tahun 2018 periode Jan – Mei. Walaupun Mitsubishi memiliki penjualan tertinggi dan dapat menyingkirkan Honda dari ranking 3 (tiga) penjualan merk kendaraan di Indonesia, namun Mitsubishi belum dapat mengalahkan penjualan Toyota saat ini di Indonesia. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen yaitu mempertimbangkan atribut – atribut yang ditawarkan oleh perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang meningkatkan kualitas produknya dengan mengikuti selera atau harapan dari konsumen yang cepat berubah.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, produk, promosi, dan *place* terhadap variabel keputusan pembelian dalam membeli mobil Xpander di PT. Bosowa Berlian Motors Makassar. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel sebanyak 310 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui menyebarkan kuesioner secara *online*. Metode analisis yang digunakan adalah metode Uji Regresi Linier Berganda dengan pengolahan data yang dilakukan menggunakan *SPSS 13,0*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengujian secara simultan variabel harga, produk, promosi dan *place* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen mobil Mitsubishi Xpander. Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa harga, produk, promosi, dan *place* berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis, terdapat beberapa hal yang dapat ditingkatkan PT. Bosowa Berlian Motor di kota Makassar untuk dapat meningkatkan penjualan dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli mobil dengan meningkatkan promosi karena mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian setelah itu perusahaan dapat meningkatkan harga, produk, dan *place* yang mempunyai pengaruh juga terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Produk, Promosi, *Place*, dan Keputusan pembelian