

## ABSTRAK

Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya, hal tersebut dilakukan oleh produsen agar perusahaannya dapat bersaing di pasar. Oleh karena itu, produsen harus memperhatikan kualitas produk yang mereka produksi dan cara mereka mempromosikan produknya sebagai salah satu strategi bisa bersaing di pasar. Keputusan pembelian konsumen dapat ditingkatkan dengan memperhatikan kualitas produk dan promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Mitsubishi Pajero Sport di Kota Makassar tahun 2017. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal, skala pengukuran menggunakan skala likert. Responden dalam penelitian ini sebanyak 85 responden yang menggunakan produk Mitsubishi Pajero Sport juga, metode pengambilan sampel Teknik *NonProbability Sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap kualitas dalam kategori sangat baik. Tanggapan responden terhadap promosi juga dalam kategori sangat baik. Tanggapan responden terhadap keputusan pembelian juga dalam kategori sangat baik. Hasil penelitian ini menyatakan variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Promosi ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) produk Mitsubishi Pajero Sport di Kota Makassar sebesar 65,61% dan sisanya 34,39% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Produk. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa kualitas produk dan promosi merupakan faktor yang cukup besar untuk mempengaruhi keputusan pembelian produk Mitsubishi Pajero Sport di Kota Makassar.

**Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Promosi**