

## Abstrak

Pengaruh kualitas produk, harga, pelayanan yang baik, lokasi yang strategis, pengiriman yang tepat waktu, dan periklanan dengan menggunakan spanduk maupun periklanan menggunakan media sosial sangat penting untuk mengetahui seberapa besar keputusan pembelian pada konsumen di CV. Sadewa Agri Jaya Kandangan, Kediri. Setelah mengetahui hubungan tersebut, peneliti dapat memperkirakan bagaimana pengaruh konsumen pada produk, harga, distribusi, dan promosi yang diberikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*, Sedangkan responden yang di targetkan yaitu pada konsumen pada CV. Sadewa Agri Jaya. Data diperoleh melalui observasi dan penyebaran kuesioner atau angket. Dari hasil yang telah dilakukan bahwa produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, distribusi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, dan promosi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sedangkan produk, harga, distribusi, dan promosi tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal ini diketahui dari hasil analisis koefisien determinasi yaitu 0,28 yang bisa dikatakan hanya 3%

**Kata Kunci:** Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Dan Keputusan Pembelian