

ABSTRAK

Dimasa pandemi covid-19 ini tidak hanya masker saja yang menjadi kebutuhan primer vitamin pun jadi barang yang sangat dibutuhkan .Keberadaan covid 19 ini membuat orang-orang merasa tidak aman. Oleh karenanya, banyak dari mereka berbondong-bondong untuk menjaga daya tahan tubuhnya dengan cara mulai rutin berolahraga, menjaga kebersihan, makan -makananan yang sehat dan konsumsi vitamin. Menurut fadly sahab permintaan vitamin meningkat dikala pandemi terutama vitamin C. Dimana banyak dari produk vitamin C ini harganya meningkat dan distribusinya tidak merata.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang terdiri dari promosi, harga dan distribusi. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2017 dengan jumlah sampel 82 responden yang merupakan mahasiswa yang mengkonsumsi minuman Oronamin C dengan pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer hasil pengisian kuesioner yang disebar ke 82 responden. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, melalui uji parsial (uji T), uji simultan (uji F) dan uji determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan secara simultan promosi, harga, dan distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: **Promosi, Harga, Distribusi dan Keputusan Pembelian**