

**Pengaruh *Product Knowledge* (Pengetahuan Produk) terhadap
Keputusan Pembelian di Perumahan Grand Emerald
Pandanwangi yang di Mediasi Variabel Promosi**

ABSTRAKSI

Oleh:

Danang Kharis Putra

Dosen Pembimbing

Rita Murtiarni.,SE.,MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *product knowledge* (pengetahuan produk) terhadap keputusan pembelian di perumahan *Grand Emerald* pandanwangi yang di mediasi variabel promosi.

Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. populasi adalah konsumen pada perumahan *Grand Emerald* pandanwangi dengan sampel penelitian sebanyak 70 orang, analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien diterminasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengetahuan produk mampu meningkatkan keputusan pembelian perumahan *Grand Emerald* pandanwangi dan promosi menjadi variabel mediasi.

Kata Kunci: Product Knowledge, Keputusan Pembelian, Promosi.

