

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “Strategi Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Dealer Yamaha Yes Krian Sidoarjo” bertujuan untuk meneliti pengaruh strategi promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Dealer Yamaha Yes Krian yang berjumlah 105 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Uji instrumen penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji auto korelasi. Hasil dari uji hipotesis yang menggunakan program spss 23.0. Diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 14,848 + 0,443X1 + 0,306X2 + 0,212X3 + e$ dengan R sebesar 0,527 dan R² sebesar 0,278. Berdasarkan analisis yang dilakukan diperoleh nilai koefisien R² sebesar 0,278, hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 27,8%. Sedangkan 62,2% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The study entitled "Promotion Strategy, Product Quality and Service Quality on Motorcycle Purchasing Decisions at Yamaha Yes Krian Sidoarjo Dealers" aims to examine the effect of promotional strategies, of product quality and service quality on purchasing decisions partially or simultaneously. The population in this study is Yamaha Yes Krian Dealer consumers, amounting to 105 respondents, the sampling technique uses accidental sampling. The instrument test of this study used the validity and reliability test. The classic assumption test uses normality test, multicollinearity test, heterokedasticity test and auto correlation test. Results of hypothesis testing using the SPSS 23.0 program. The regression equation obtained is $Y = 14.848 + 0.443X_1 + 0.306X_2 + 0.212X_3 + e$ with an R of 0.527 and R² of 0.278. Based on the analysis conducted, the R² coefficient value is 0.278, this shows that the promotion variable, product quality and service quality can influence the purchasing decision variable by 27.8%. While 62.2% is influenced by other independent variables not included in this study.

Keyword : Promotion Strategy, Product Quality, Service Quality and Purchasing Decisions.