

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA REVO FIT FI**

(Studi Kasus Di AHASS Tanah Mas Motor 3 - Bekasi)

SKRIPSI

Program Studi : Manajemen



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
BEKASI
2019**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA REVO FIT FI**

(Studi Kasus Di AHASS Tanah Mas Motor 3 - Bekasi)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
BEKASI
2019**

ABSTRAK

Pada era modern seperti sekarang ini, transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena adanya kemajuan zaman dan meningkatnya taraf hidup kebutuhan masyarakat. Berbagai transportasi telah tersedia, salah satunya yaitu sepeda motor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, harga, dan promosi secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling* adalah konsumen AHASS Tanah Mas Motor 3 yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan data sampel yang telah digunakan sebanyak 100 dari total 130 kuesioner. Desain penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan melakukan survei dan menyebarkan kuesioner. Selain itu terdapat beberapa metode analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis dan regresi linier berganda, serta jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan skunder. Dari hasil pengujian secara simultan dan parsial membuktikan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada AHASS Tanah Mas Motor 3. Hal ini dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 2,975 dengan nilai signifikan 0,005. Sedangkan secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan promosi terhadap Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini dilihat dari t_{hitung} dimana variabel kualitas produk sebesar 2,020 dengan nilai signifikan 0,031, harga sebesar 1,995 dengan nilai signifikan 0,043, promosi sebesar 2,194 dengan nilai signifikan 0,046.

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

ABSTRACT

In the modern era as now, transportation is a mean that is needed by the community. This is due to the progress of the times and the increase in the standard of living of the community's needs. Various transportation is available one of them is motorcycle. This study aims to determine the influence of variable product quality, price and promotion partially or simultaneously to the purchase decision. Population in this research use Accidental Sampling is consumer of AHASS Tanah Mas Motor 3. Data collection method used in this research is survey method and questionnaire data, Based on predetermined criteria of sample data that has been used as much as 100 out of a total of 130 questionnaires, and data type used in this research that is primary data secondary data. In addition there are several methods of data analysis in this study is validity test, reliability test, descriptive analysis, multiple linear regression, classical assumption test and hypothesis testing. From the test results simultaneously and partial proved that the variable quality of product, price, and promotion together - affect the consumer purchase decision at AHASS Tanah Mas Motor 3. This can be seen from the F count of 2,975 with a significant value of 0,005. While partially shows that the product quality, price and promotion have a positive and significant effect. This can be seen from the t_{count} value where the product quality variable is 2,020 with a significant value of 0,031, the price is 1,995 with a significant value of 0,043, while the promotion is 2,194 with a significant value of 0,046. *

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, and Purchase Decision