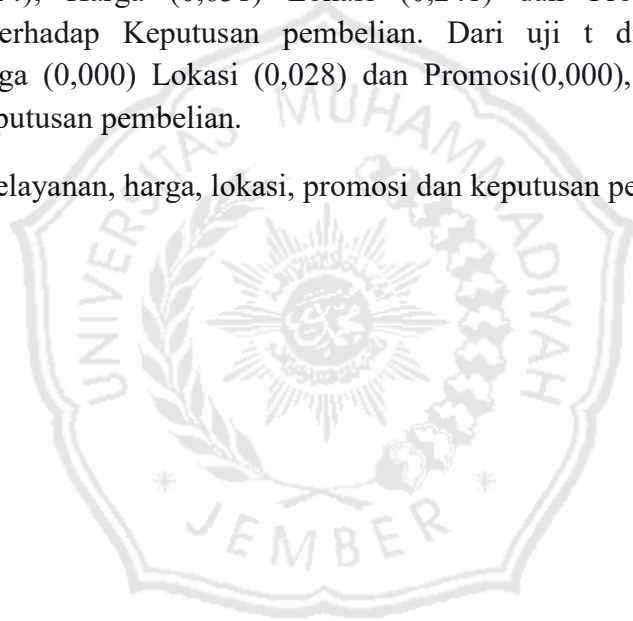


## ABSTRAK

Penelitian dengan judul Analisis kualitas pelayanan, harga, lokasi dan promosi terhadap pembelian motor matic vario merk honda ( studi kasus di UD. Gunawan Motor Jember) bertujuan untuk mengetahui Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, lokasi dan promosi terhadap pembelian motor matic Vario merk Honda Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa wawancara dan kuesioner terhadap 60 responden dengan kombinasi antara metode *sampling accidental* dan *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (0,144), Harga (0,631) Lokasi (0,241) dan Promosi (0,412), semuanya berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil Kualitas Pelayanan (0,025), Harga (0,000) Lokasi (0,028) dan Promosi (0,000), semuanya berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, harga, lokasi, promosi dan keputusan pembelian



## **ABSTRACT**

*Research with the title of the factors that influence the purchase of Honda variomatic motorcycles (case study at UD Gunawan Motor Jember) aims to determine the Analysis of Service Quality, Price, location and on the purchase of the Honda Variomatic motorbike. collected by aids in the form of interviews and questionnaires to 60 respondents with a combination of accidental and purposive sampling methods, which aims to determine the perceptions of respondents to each variable. The analysis used includes test data instruments (validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test), and hypothesis testing (t test, coefficient of determination). From the results of the analysis using regression, it can be seen that Service Quality variables (0.144), Price (0.631) Location (0.241) and Promotion (0.412), all have a positive effect on purchasing decisions. From the t test the results of Service Quality (0,025), Price (0,000) Location (0,028) and Promotion (0,000), all have a significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords** : *service quality, price, location, promotion and purchasing decisions*

