

ABSTRAK

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat di Deler MPM Motor Kalisat-Jember. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Penelitian dilakukan pada konsumen yang menggunakan Motor Honda BeAT di Kecamatan Kalisat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Sepeda Motor Honda BeAT di Kecamatan Kalisat sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas) dan uji hipotesis (uji t, uji F dan koefisien determinasi). Data diolah menggunakan IBM SPSS 20. Hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemebelian sepeda motor honda beat di kecamatan kalisat

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

ABSTRACT

The formulation of the problem in this research is the Effect of Product Quality, Price, and Promotion on Consumers decision Buying in Motor Brand Beat in, kalisat District. The purpose of research is to know and analyze the influence of product quality, price, and promotion to consumer buying decision either partially or simultaneously. The study was conducted on consumers who use Honda Beat Motor in Kalisat District. The population in this study is all users of Beat Motorcycle Brand Beat in Kalisat Districtas many as 100 respondents. Data collection techniques using questionnaires. The analysis used included the test of the research instrument (test of validity and reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (multicollinearity test, heteroscedasticity test and normality test) and hypothesis test (t test, F test and coefficient of determination). Data processed using IBM SPSS 20. The results of analysis using regression can be seen that product quality, price, and promotion variables significantly influence consumer Buying Decision in the Kalisat District.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion and Buying Decision