

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA CB 150 R

Chandra agung wichacsono

(E2A011002)

Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Semarang

Email: chandragantengdanimut@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga dan terhadap keputusan pembelian Honda CB 150 R pada Astra Honda Motor Cendana Purwodadi. Penurunan penjualan yang dialami oleh Astra Honda Motor Cendana Purwodadi dijadikan latar belakang masalah dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data dengan metode kuesioner dengan jumlah sampel 100 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variable independen yaitu kualitas produk, persepsi harga dan promosi mempunyai hubungan yang positif sejalan terhadap variable dependen yaitu keputusan pembelian. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variable independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Kemudian melalui uji f dapat diketahui bahwa secara bersama ketiga variable tersebut mempengaruhi keputusan pembelian.

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