

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO 125 2021

(Studi Kasus Pada Pengguna Honda Vario 125

Di Kabupaten Demak)

Achmad Rikza Maulana

Universitas Muhammadiyah Semarang, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

Gioninoeza654@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian dan pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Honda Vario 125 di Kabupaten Demak. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

Populasi dalam penelitian ini adalah Pengguna Honda Vario di Kabupaten Demak. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan dengan cara pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sensus . Sampel dalam penelitian ini 100 orang dari pengguna Honda Vario di Kabupaten Demak dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2).

Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa semua variabel dependen hasilnya adalah positif. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = -0,517 + 0,385 X_1 + 0,35 X_2 + 0,316 X_3$. Angka R square sebesar 0,775 (78,2%), Artinya bahwa variabel kualitas produk , harga, dan promosi mampu menjelaskan keputusan pembelian dengan sebesar 78,2% dan sisanya (100% - 78,2%) sedangkan sisanya 21,8% dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pelanggan*

*ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION ON
THE PURCHASE DECISION OF HONDA VARIO 125 2021*

(Case Study on Users of Honda Vario 125 In Demak Regency)

Achmad Rikza Maulana

Muhammadiyah University of Semarang, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

Ginoninoeza654@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality on purchasing decisions, the effect of price on purchasing decisions and the influence of promotions on purchasing decisions for Honda Vario 125 users in Demak Regency. The data used in this study is primary data.

The population in this study were Honda Vario users in Demak Regency. This type of research is quantitative and by sampling using non-probability sampling method. The sampling method used is census. The sample in this study was 100 people from Honda Vario users in Demak Regency and then an analysis was carried out on the data obtained using quantitative data analysis. Quantitative analysis includes t test and F test, as well as analysis of the coefficient of determination (R²).

The results of hypothesis testing using t-test indicate that all dependent variables are positive. Then through the F test, it can be seen that the three independent variables studied simultaneously have a significant effect on the dependent variable of Customer Satisfaction. The data that has met the validity test, reliability test and classical assumption test are processed to produce the following regression equation: $Y = -0.517 + 0.385 X_1 + 0.35 X_2 + 0.316 X_3$. The R square number is 0.775 (78.2%), meaning that the product quality, price, and promotion variables are able to explain purchasing decisions by 78.2% and the rest (100% - 78.2%) while the remaining 21.8% is influenced by by other factors or other variables not included in this study.

keywords: Product Quality, Price, Promotion, Customer Decision