

Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di PT.Arterindo Perkasa Semarang

MUHAMMAD SOFIYAN

(Pembimbing : Mahmud, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211200901774@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, persaingan di antara produsen sepeda motor di Indonesia telah menjadi marak. Para produsen sepeda motor di Indonesia berlomba-lomba untuk menciptakan kualitas dan produk motor yang inovatif dan bervariasi. Motor Suzuki di Indonesia mengalami penurunan pangsa pasar karena kedatangan dari pesaing besar yang tidak pernah hilang, yaitu Honda dan Yamaha. Suzuki telah mengambil tindakan untuk menjaga konsumen melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi, terhadap keputusan pembelian motor Suzuki di PT. ARTERINDO PERKASA. responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 100. Sedangkan data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner dan analisis data metode dilakukan melalui regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel produk memiliki dampak positif dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel promosi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi sebesar 0,587. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel pengaruh produk, harga, promosi, sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata Kunci : produk, harga, promosi, keputusan pembelian

The Effect of Product, Price, and Promotion on Purchasing Decision of Suzuki Motorcycles in PT.Arterindo Perkasa Semarang

MUHAMMAD SOFIYAN

(Lecturer : Mahmud, SE, MM)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211200901774@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

In recent years, competition among manufacturers of motorcycles in Indonesia has become crowded. The motorcycle manufacturer in Indonesia are competing to create qualified, varied and innovative products. Suzuki motorcycle Indonesia had decreased market share due to the arrival of a major competitor who never gone, namely Honda and Yamaha. Suzuki has taken action to safeguard consumers to make purchasing decisions. This research aims to analyze the effect of product quality, price, and promotion on purchasing decision of Suzuki motorcycles in PT. ARTERINDO PERKASA. The respondents involved in this research are 100 people.

While data is collected by distributing questionnaires and data analysis is done through multiple linear regression using SPSS method. The regression results show that the product variable has significant effect on purchasing decisions. The variable of price has a positive and significant effect on purchasing decisions. Promotion variables has a significant and positive effect on purchasing decision. The coefficient of determination of 0.587. Purchasing decisions are influenced by variables of influence of product, price, promotion, while the rest can be explained by other variables not examined in this research.

Keyword : product, price, promotion, purchasing decision