

INTISARI

Rike Oktaviasari. 2018. Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor scoopy di CV. Sinar Baru Sumenep. Skripsi, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing: (I) Drs. Ec. H. Mulyadi, MM.. (II) Dina Kurniawati, SE.,MM.

Sepeda Motor Honda Scoopy merupakan salah satu sepeda motor yang banyak diminati oleh konsumen, hal ini dikarenakan promosi yang komunikatif, harga yang terjangkau dan didukung kualitas produk yang baik sehingga menarik konsumen untuk melakukan pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti antara lain : variable bebas dan variable terikat. Variabel bebas yakni Promosi (X1), Harga (X2) dan Kualitas Produk (X3) dan variable terikat yakni Keputusan Pembelian (Y). Permasalahan penelitian ini adalah: 1. Apakah Promosi, Harga Dan Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Scoopy di CV. Sinar Baru? 2. Apakah Promosi, Harga Dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Scoopy di CV. SinarBaru?.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor scoopy di CV. SinarBaru Sumenep, dengan banyaknya sampel yang digunakan sebanyak 80 orang responden. Teknik pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variable IPromosi, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor honda scoopy di CV. Sinar Baru Sumenep. Dan secara simultan variable Promosi, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor honda scoopy di CV. Sinar Baru Sumenep.

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