

ABSTRACT

The Effect Of Product Quality and Promotion On Decisions Of Motorcycles At Bandar Lampung

By

M. AKIF AL MUKNI

This study aims to determine whether the independent variables (product quality and promotion) influence both partially and simultaneously the motorcycle purchase decision by conducting research on consumers in Bandar Lampung. This study uses a quantitative approach and the type of data used in this study is primary data, namely data obtained directly through questionnaires. The sampling method uses a purposive sampling method, namely a method that uses certain criteria. Respondents in this study were motorcycle consumers in Bandar Lampung with a sample of 100 respondents representing the population. The results showed that the product quality variable had a negative and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, the promotion variable has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Promotion and Purchasing Decisions.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA KONSUMEN DI BANDAR LAMPUNG

**Oleh:
M. AKIF AL MUKNI
18411125**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (Kualitas produk dan Promosi) yang berpengaruh baik secara parsial maupun simultan keputusan pembelian sepeda motor dengan melakukan penelitian pada konsumen yang terdapat di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif serta jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung melalui kuesioner. Metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling yaitu metode yang menggunakan kriteria tertentu. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen sepeda motor yang berada di Bandar Lampung dengan sampel penelitian sebanyak 100 responden yang mewakili dari populasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian