

ABSTRAKSI

Judul : **Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio Studi Kasus di Kabupaten Kudus**
Nama : **Priskasari Hartita Windarini**
NIM : **D2D303379**

Seiring perkembangan teknologi terutama pada bidang ilmu pengetahuan dan teknologi mengalami kemajuan terhadap kebutuhan manusia pada sektor industri otomotif, khususnya sepeda motor roda dua. Yamaha Mio merupakan salah satu motor automatic sehingga cara pemakaiannya sangat mudah. Yamaha Mio merupakan salah satu produk unggulan yang dikeluarkan oleh Yamaha. Karena produk tersebut sesuai dengan keinginan konsumen karena cara pemakaiannya yang mudah dan harga yang terjangkau bagi konsumen. Namun akhir-akhir ini volume penjualannya mengalami penurunan sehingga profit yang didapat oleh perusahaan juga menurun. Hal tersebut mendasari pemilihan obyek penelitian ini yaitu karena Yamaha Mio adalah produk unggulan yang pemakaiannya sangat mudah, promosi dan kualitas produknya sangat baik tetapi akhir-akhir ini volume penjualannya mengalami penurunan.

Tipe penelitian ini eksplanatory research, dengan sample 100 responden pada konsumen yang sudah membeli Yamaha Mio. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Data analisis secara kualitatif dan kuantitatif dengan alat analisis table silang, regresi linier sederhana dan berganda, serta pengujian hipotesis menggunakan T test dan F test.

Hasil perhitungan statistic diketahui persamaan linier regresi sederhana antara promosi dengan keputusan pembelian adalah $Y = 6,111 + 0,147X_1$. Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif antara promosi terhadap keputusan pembelian. Sedangkan untuk kualitas produk dengan keputusan pembelian persamaannya adalah $Y = 5,812 + 0,397X_2$. Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien regresi berganda. Hasil perhitungannya adalah $Y = 3,084 + 0,106X_1 + 0,311X_2$. Hal ini berarti kualitas produk memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian bila dibandingkan dengan promosi maka dapat disimpulkan bahwa promosi dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan yang diperoleh adalah promosi yang dilakukan oleh Yamaha Mio kurang menarik dan kualitas produk yang baik. Disarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan promosi dan kualitas produknya agar keputusan pembeliannya dapat meningkat.