

## Abstrak

Baburrohman. 2021. Skripsi. **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan, Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kendaraan Roda Dua Type Scoopy Pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo dengan tujuan : 1) Untuk Mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian kendaraan roda dua type scoopy pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo. 2) Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian kendaraan roda dua type scoopy pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo. 3) Untuk mengetahui variabel diantara kualitas pelayanan, promosi penjualan, dan lokasi yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian kendaraan roda dua type scoopy pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan hubungan asosiatif kausal yaitu mencari hubungan (pengaruh) sebab akibat, dimana Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 94, dan untuk sample yang digunakan sebanyak 35 responden yang melakukan pembelian kendaraan type scoopy pada Dealer Honda Merpati Motor Kota Probolinggo. Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan sampling purposive yaitu sample dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan kriteria-kriteria yang sudah ditentukan.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  12,090 lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,91 dengan nilai *sig.*  $F = 0,000 < 0,05$ , berarti bahwa variabel bebas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  3,294 lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,036 dengan nilai *sig.*  $t = 0,002$ , karena nilai *sig.*  $t < 0,025$  yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian. Variabel promosi penjualan ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  2,950 lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,036 dengan nilai *sig.*  $t = 0,006$  karena nilai *sig.*  $t < 0,025$  berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi penjualan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel lokasi ( $X_3$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  2,635 lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,039 dengan nilai *sig.*  $t = 0,013$  karena nilai *sig.*  $t < 0,025$  berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan pada Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) = 3,294 dengan nilai *sig.*  $t = 0,002$  lebih besar daripada nilai  $t_{hitung}$  variabel Promosi Penjualan ( $X_2$ ) = 2,950 dengan nilai *sig.*  $t = 0,006$ , dan nilai  $t_{hitung}$  variabel Lokasi ( $X_3$ ) = 2,635 dengan nilai *sig.*  $t = 0,013$ . Dengan demikian terbukti jika hipotesis ketiga dapat diterima yaitu “variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian kendaraan roda dua pada Dealer Honda Merpati Motor Probolinggo”.

**Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan dan Lokasi, Keputusan Pembelian.**

## **Abstract**

*Baburrohmah. 2021. Thesis. **The Influence of Service Quality and Sales Promotion, Location on the Decision Process to Purchase a Scoopy Type Two-Wheeled Vehicle at a Honda Merpati Motor Dealer, Probolinggo City.** Management Study Program, Faculty of Economics, University of Panca Marga, Probolinggo.*

*The research was conducted at a Honda Merpati Motor Dealer in Probolinggo City with the following objectives: 1) To determine the effect of service quality, sales promotion, and location simultaneously on the decision to purchase a scoopy type two-wheeled vehicle at a Honda Merpati Motor Dealer in Probolinggo City. 2) To determine the effect of service quality, sales promotion, and location partially on the decision to purchase a scoopy type two-wheeled vehicle at a Honda Merpati Motor Dealer, Probolinggo City. 3) To determine the variables between service quality, sales promotion, and location that have a dominant influence on the decision to purchase two-wheeled scoopy type vehicles at a Honda Merpati Motor Dealer, Probolinggo City.*

*The method used in this study is a quantitative method with a causal associative relationship, which is looking for a cause and effect relationship, where the population used in this study is 94, and for the sample used 35 respondents who purchase scoopy type vehicles at Honda dealers. Merpati Motor Probolinggo City. The sampling technique in this study used purposive sampling, namely the sample in this study was determined based on predetermined criteria.*

*Based on the test results, it shows that the Fcount value of 12.090 is greater than Ftable 2.91 with a sig.  $F = 0.000 < 0.05$ , means that the independent variables simultaneously (together) have a significant effect on the dependent variable. Service Quality variable (X1) obtained tcount 3,294 greater than ttable 2,036 with sig.  $t = 0.002$ , because the value is sig.  $t < 0.025$ , which means that there is a significant influence between Service Quality (X1) on Purchasing Decisions. Sales promotion variable (X2) obtained tcount 2.950 greater than ttable 2.036 with sig.  $t = 0.006$  because the value of sig.  $t < 0.025$  means that there is a significant influence between sales promotions on purchasing decisions. The location variable (X3) obtained tcount 2.635 is greater than ttable 2.039 with a sig.  $t = 0.013$  because of the sig.  $t < 0.025$  means that there is a significant influence between location on purchasing decisions. Meanwhile, Service Quality shows the tcount of Service Quality variable (X1) = 3,294 with sig.  $t = 0.002$  is greater than the tcount of the Sales Promotion variable (X2) = 2.950 with a sig.  $t = 0.006$ , and the tcount of the location variable (X3) = 2,635 with a sig.  $t = 0.013$ . Thus it is proven if the third hypothesis can be accepted, namely "the variable Service Quality has a dominant effect on the Purchase Decision of two-wheeled vehicles at a Honda Merpati Motor Probolinggo Dealer".*

**Keyword: Service Quality, Sales Promotion, and Location, Purchase Decision.**