

## ABSTRAK

Ilahi, Dewi Wahyu. 2019. **Pengaruh *Servicescape*, Merek Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Kartika 3 Kabupaten Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan pada Dealer Kartika 3 Kabupaten Probolinggo dengan tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah a) untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara *Servicescape*, Merek dan Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Kartika 3 Kabupaten Probolinggo. b) untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara *Servicescape*, Merek dan Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Kartika 3 Kabupaten Probolinggo. c) untuk mengetahui variabel diantara *Servicescape*, Merek dan Harga yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Pada Dealer Kartika 3 Kabupaten Probolinggo.

Jenis pendekatan yang digunakan yaitu jenis penelitian Asosiatif, dengan variabel yang digunakan meliputi *Servicescape*, Merek, Harga dan Keputusan Pembelian. Metode analisis data hasil penelitian ini yaitu metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan statistik berupa analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *Servicescape*, Merek dan Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Kartika 3 Kabupaten Probolinggo dan hasil pengujian hipotesis secara simultan diperoleh nilai  $F_{hitung} (16,666) > F_{tabel} (3,150)$  dan  $sig. = 0,001^a < 0,05$ , berarti bahwa ada pengaruh signifikan antara *Servicescape*, Merek dan Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Kartika 3 Kabupaten Probolinggo. Hasil pengujian hipotesis parsial menunjukkan Variabel  $X_1$  (*Servicescape*) diperoleh nilai  $t_{hitung} (3,258) > t_{tabel} (2,000)$  dengan nilai  $sig. = 0,002$ , Variabel  $X_2$  (Merek) diperoleh nilai  $t_{hitung} (2,733) > t_{tabel} (2,000)$  dan nilai  $sig. = 0,008$ , Variabel  $X_3$  (Harga) diperoleh nilai  $t_{hitung} (2,350) > t_{tabel} (2,000)$  dan nilai  $sig. = 0,022$ , yang berarti bahwa ada pengaruh antara *Servicescape*, Merek dan Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Kartika 3 Kabupaten Probolinggo. Variabel bebas yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikat dengan melihat nilai  $t$  hitung terbesar yang signifikan yaitu variabel *servicescape* ( $X_1$ ) sebesar 3,258 dengan  $sig. 0,002$  yang berpengaruh dominan terhadap variabel  $Y$  dari pada variabel Merek ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ).

**Kata kunci : *Servicescape*, Merek, Harga, Keputusan Pembelian**