

ABSTRAK

Sakir, Fuad. 2019. Skripsi. **Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Kepercayaan Merek terhadap keputusan sepeda Motor Scoopy di UD. Merpati Motor Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, FakultasEkonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan di UD. Merpati Motor Kota Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial antara Promosi, Kualitas Layanan dan kepercayaan Merek terhadap keputusan Pembelian, dan juga variabel manakah yang lebih dominan terhadap keputusan Pembelian. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden dari semua produk .

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, (Sugiyono, 2015: 11). Variabel bebas yang digunakan adalah Promosi, Kualitas Layanan dan kepercayaan Merek, sedangkan variabel terikat yaitu keputusan Pembelian. Metode analisis data yang digunakan adalah statistic deskriptif dengan memakai rumus statistik berupa uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (Uji F dan Uji T), serta uji asumsi klasik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Promisi, Kualitas Layanan dan kepercayaan Merek terhadap keputusan Pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $>$ F tabel ($22,042 > 2,92$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai R^2 sebesar 61,8% sedangkan sisanya sebesar 38,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Variabel yang paling dominan dalam penelitian ini dengan dilihat dari *standardized coefficient beta* (β) sebesar 0,511 adalah Promosi, dan diikuti oleh Kualitas Layanan sebesar 0,051 dan diikuti juga oleh Kepercayaan Merek sebesar 0,413 Dan dugaan bahwa kepuasan Pembelian menjadi pengaruh dominan telah terbukti.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian