

## ABSTRAK

Afkarina, Izza. 2019. Skripsi “**Pengaruh Harga, Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Yamaha PT. Surya Inti Putra Pahlawan Kota Probolinggo**”. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini dilakukan pada Dealer Yamaha PT. Surya Inti Putra Pahlwan Kota Probolinggo dengan tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh signifikan harga, merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha secara simultan pada dealer PT. Surya Inti Pahlwan Kota Probolinggo (2) Untuk mengetahui pengaruh signifikan harga, merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha secara parsial padadealer PT. Surya Inti Pahlwan Kota Probolinggo(3) Untuk mengetahui diantarharga, merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha secara dominan padadealer PT. Surya Inti Pahlwan Kota Probolinggo.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumenpadadealer PT. Surya Inti Pahlwan Kota Probolinggo yang berjumlah 62konsumen dengan sampel yang diambil dengan menggunakan teknik sampling yaitu *sampling jenuh* sebanyak 62 konsumen. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan hubungan kausal, variabel yang digunakan meliputi harga, merek, promosi dan keputusan pembelian. Metode analisis data dari hasil penelitian ini yaitu metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan statistik berupa uji instrumen, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian ditunjukkan dengan persamaan regresi  $Y = 0.198 + 0.491X_1 + 0.114X_2 + 0.335 X_3$  dan hasil uji hipotesis simultan  $F_{hitung}$  sebesar  $52,682 > F_{tabel} 2,76$  dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar  $0,000^b$  membuktikan bahwa harga, merek dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji hipotesis parsial  $t_{tabel} = 2,00172$  dan nilai  $t_{hitung}$   $X_1 = 4,805$ ,  $X_2 = 2,431$  dan  $X_3 = 3,466$  dengan nilai Sig keempat variabel  $< 0,025$  membuktikan bahwa harga, merek dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji hipotesis dominan menunjukkan variabel  $X_1$  memiliki nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dibanding dengan variabel independen lainnya.

**Kata Kunci : Harga, Merek, Promosi, dan Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

Afkarina, Izza. 2019. Thesis "**The Effect of Prices, Brands and Promotions on Yamaha Motorcycle Buying Decisions at Yamaha Dealers PT. Surya Inti Son of Hero of the City of Probolinggo**". Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.

This research was conducted at the Yamaha Dealer PT. Surya Inti Putra Pahlwan Kota Probolinggo with the aim of the research to be achieved is (1) To find out the significant effect of price, brand, and promotion on the purchase decision of Yamaha motorcycle simultaneously at the PT. Surya Inti Pahlawan Kota Probolinggo (2) To find out the significant effect of price, brand, and promotion on purchasing decisions of Yamaha motorcycles partially at PT. Surya Inti Pahlawan Kota Probolinggo (3) To find out between prices, brands, and promotions on the purchase decisions of Yamaha motorcycles dominantly at PT. Surya Inti Pahlawan Kota Probolinggo.

The population in this study were all consumers at the PT. Surya Inti Pahlawan City of Probolinggo, amounting to 62 consumers with samples taken using a sampling technique that is saturated sampling as many as 62 consumers. The type of research used in this study is quantitative descriptive research with causal relationships, variables used include price, brand, promotion and purchasing decisions. The method of data analysis from the results of this study is a quantitative descriptive method using statistics in the form of instrument test, normality test, classic assumption test, multiple regression analysis, multiple correlation coefficient, determination coefficient and hypothesis testing.

The results of the study are indicated by the regression equation  $Y = 0.198 + 0.491 X_1 + 0.114 X_2 + 0.335 X_3$  and the results of the simultaneous hypothesis test F count are  $52,682 > F$  table 2.76 with a significance value (Sig) of 0,000b proving that prices, brands and promotions simultaneously influence on purchasing decisions. The results of the partial hypothesis test t table = 2.00172 and the value of t count  $X_1 = 4.805$ ,  $X_2 = 2.431$  and  $X_3 = 3.466$  with the value of Sig all four variables  $< 0.025$  prove that prices, brands and promotions partially influence the purchasing decision. The dominant hypothesis test results show that variable  $X_1$  has a value of t calculated greater than the other independent variables.

**Keywords: Price, Brand, Promotion, and Purchasing Decision**