

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA SCOOPY (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNISKA)**

**Arda Dwi Oktaviani<sup>1</sup>, Dwi Wahyu Artiningsih<sup>2</sup>, Junaidi<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen, 6120, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 19311003

<sup>2</sup>Manajemen, 6120, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1119056501

<sup>3</sup>Manajemen, 6120, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1106037801

Email : ardaoktaviani27@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Honda Scoopy pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNISKA, (2) menguji pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian motor Honda Scoopy pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNISKA, (3) menguji pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian motor Honda Scoopy pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNISKA. Rancangan penelitian ini adalah kuantitatif, populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa manajemen yang sedang memprogramkan skripsi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda, menunjukkan ada pengaruh positif yang disebabkan variabel kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian, dengan persamaan regresi :  $Y = 7,824 + 0,230 X_1 + 0,299 X_2$ . Hasil uji t menunjukkan nilai sig.  $0,045 < 0,05$  untuk kualitas produk dan nilai sig.  $0,004 < 0,05$  untuk promosi, artinya ada pengaruh kualitas produk dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ , artinya ada pengaruh kualitas produk dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan promosi mampu berkontribusi terhadap keputusan pembelian dengan besarnya pengaruh sebesar 19,1%.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian**

**DAFTAR PUSTAKA**

- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016). Pengaruh promosi, harga dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor mio gt (study empiris pada produk yamaha mio gt di weleri-kendal). *Journal Of Management*, 2(2).
- Aditi, B., & Hermansyur, H. M. (2018). Pengaruh atribut produk, kualitas produk dan promosi, terhadap keputusan pembelian mobil merek honda di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64-72.
- Agus Fitri Yanto, (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Seluler Indosat

- Agustiawan, NIM : 212013110 (2019) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Arianty, N. (2016). Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Bongsu Saragih, 2018. Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap Keputusan pembelian.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200-218.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra, (2016). Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jeff Chang, 2021. Pengaruh kualitas produk dan promosi Terhadap keputusan pembelian pada PT. Sinar global sukses
- Kotler, Philip and Gary Amstronng. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Nugraha, M. F. (2018). Pengaruh iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan digital terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada produk cilok pasundan di kota bandung (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).
- Porajow, K. C., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado. *Productivity*, 1(5), 446-452.
- Rasuma, H. A., Gayatri, I. A. M. E., & Febliansa, M. R. (2022). Impact of Price, Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions in the Hexohm Bengkulu Vape Community. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 2(4), 997-1004.
- Rizal, A., Artiningsih, D. W., & Harnida, M. (2021) Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy.
- Rizky Dwijantoro, (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee

Sindy Saputri, (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Konsumen di Ciputat

