

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI NEO VARIASI MOBIL LUMAJANG

ABSTRAK

Neo Variasi Mobil merupakan toko yang bergerak dalam bidang penjualan barang dengan menawarkan berbagai jenis aksesoris mobil yang dapat digunakan pada semua kendaraan. perkembangan otomotif yang berkembang pesat selama beberapa tahun terakhir ini membuat persaingan antara produk-produk kendaraan bermotor, baik dalam bentuk, jenis dan merek beraneka ragam menyebabkan produsen berusaha untuk mengembangkan produk yang lebih cocok sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar Indonesia. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Neo Variasi Mobil Lumajang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, dan dalam penelitian ini banyaknya responden yang digunakan adalah 60 responden. Dengan jumlah populasi dalam penelitian ini tak terhingga dan teknik sampling yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda. Setelah dilakukan pengujian secara parsial atau uji t di dapatkan hasil bahwa variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di neo variasi mobil Lumajang. Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,772 atau 77,2% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 22,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti promosi, lokasi citra merek dan lain sebagainya.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND SERVICE QUALITY ON PURCHASING DECISIONS IN NEO VARIATION CARS LUMAJANG

ABSTRACT

Neo Car Variations is a shop that operates in the field of selling goods by offering various types of car accessories that can be used on all vehicles. Automotive developments that have grown rapidly over the last few years have created competition between motor vehicle products, both in various shapes, types and brands, causing manufacturers to try to develop products that are more suitable to the needs and demands of the Indonesian market. The aim of this research is to find out how much influence product quality, price and service quality have on purchasing decisions at Neo Variation Mobil Lumajang. The research method used in this research is quantitative. Data was collected through distributing questionnaires, and in this study the number of respondents used was 60 respondents. The population in this study is infinite and the sampling technique used is accidental sampling technique. Hypothesis testing is carried out using multiple regression analysis techniques. After carrying out a partial test or t test, the results were obtained that the variables of product quality, price and service quality had a significant effect on purchasing decisions in the Lumajang neo car variation. The coefficient of determination (R²) obtained is 0.772 or 77.2% of purchasing decisions can be explained by the variables product quality, price and service quality, while the remaining 22.8% is influenced by other variables not examined in this research such as promotion, location, brand image and so forth.

Keywords: Product Quality, Price, Service Quality and Purchasing Decisions