

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana persepsi harga dan kualitas layanan memengaruhi keputusan konsumen Dimas Mobil 88 Lumajang dalam membeli mobil bekas. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengalaman layanan pelanggan dan persepsi harga memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih mobil bekas. Para pelanggan Dimas Mobil 88 Lumajang diberikan kuesioner untuk diisi sebagai bagian dari metodologi survei kuantitatif. Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data dan melihat korelasi antar variabel. Temuan studi menunjukkan bahwa: Keputusan pembelian mobil bekas dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh harga. Keputusan pembelian juga dipengaruhi secara positif oleh kualitas pelayanan. Kedua faktor tersebut bekerja sama untuk memengaruhi secara signifikan bagaimana konsumen membuat keputusan tentang apa yang akan dibeli. Dalam pengambilan keputusan, kualitas layanan memiliki dampak yang lebih besar daripada harga. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan harga merupakan taktik penting yang dapat dipertimbangkan Dimas Mobil 88 untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing di pasar mobil bekas Lumajang. Studi ini memberikan landasan empiris bagi para manajer untuk membangun strategi pemasaran yang berfokus pada kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine how price perception and service quality influence the decision of Dimas Mobil 88 Lumajang consumers in purchasing used cars. The main objective of this study is to determine how much customer service experience and price perception influence consumer decisions in choosing used cars. Dimas Mobil 88 Lumajang customers were given questionnaires to complete as part of a quantitative survey methodology. Multiple linear regression was used to analyze the data and examine the correlation between variables. The study findings indicate that: Used car purchasing decisions are positively and significantly influenced by price. Purchase decisions are also positively influenced by service quality. Both factors work together to significantly influence how consumers make decisions about what to buy. In decision making, service quality has a greater impact than price. These results indicate that improving service quality and price are important tactics that Dimas Mobil 88 can consider to increase customer loyalty and competitiveness in the Lumajang used car market. This study provides an empirical basis for managers to build marketing strategies that focus on customer satisfaction.

Keywords : Price, Service quality, Purchase decision

