

ANALISIS PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PT SETIAJAYA MOBILINDO TOYOTA DEPOK

Oleh

ROSLIANA KOMALA

NIM: 1719026

Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen PT Setiajaya Mobilindo Toyota Depok. PT Setiajaya Mobilindo Toyota Depok berfokus pada 3 bidang, yaitu Penjualan (Selling), Servis (Service), dan Spare Part. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode kuesioner. Populasi yang digunakan yaitu pelanggan PT Setiajaya Mobilindo Toyota Depok berjumlah 207 orang responden. Analisis data menggunakan *regresi linier berganda* dengan bantuan SPSS 22 sebagai pengolah data. Penelitian ini menghasilkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan berpengaruh signifikan secara parsial antara Promosi (X_1) terhadap Keputusan dalam pembelian $t_{hitung} (2,228) > t_{tabel} (1,960)$, dan Kualitas Pelayanan (X_2) juga terdapat hubungan yang positif dan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan dalam pembelian $t_{hitung} (2,02) > t_{tabel} (1,960)$. Promosi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh juga signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat) keputusan konsumen dalam pembelian (Y). Karena $F_{hitung} > F_{tabel} (10,461 > 3,04)$. Dengan penelitian ini, disarankan PT Setiajaya Mobilindo Toyota Depok melakukan evaluasi dengan memerhatikan strategi promosi dan kualitas pelayanan yang berdampak pada keputusan pembelian, hal ini yang menjadi penyebab terjadinya penurunan penjualan.

Kata kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian