

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh *kualitas produk* dan layanan purna jual dalam mempengaruhi keputusan pembelian Honda Beat tahun 2012 di PT. Setia Utama Motor Tangerang Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 93 orang yang melakukan pembelian Honda Beat tahun 2012 di PT. Setia Utama Motor Tangerang, dimana kuesioner disebarkan langsung kepada pembeli/pemilik Honda Beat.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *dengan Rumus Slovin* sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji statistik F dan uji t.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Uji Validitas diketahui bahwa nilai r_{hitung} dari semua indikator variable lebih besar dari r_{tabel} nya sebesar 0,24, Uji reliabilitas variable Kualitas Produk, Layanan Purna Jual dan Keputusan Pembelian mempunyai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa variable Kualitas Produk, Layanan Purna Jual dan Keputusan Pembelian dalam penelitian ini adalah reliable.

Koefisiensi regresi X1 yaitu *Kualitas Produk* sebesar 0,419 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) sebesar 1% *Kualitas Produk* maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,419 atau 41,9%, Koefisiensi regresi X2 yaitu *Layanan Purna Jual* sebesar 0,211 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) sebesar 1% *Layanan Purna Jual* maka akan meningkatkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,211 atau 21,1%, Uji ANOVA atau *F test* pada tabel

4.19 didapatkan F hitung sebesar 18,692 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena F hitung > F Tabel (18,692 lebih besar dari 3,098) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa variable independen yang meliputi Kualitas Produk (X_1), Layanan Purna Jual (X_2), secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variable Keputusan Pembelian (Y)

Kata kunci : *kualitas produk*, layanan purna jual, keputusan pembelian.

