

ABSTRACT

The tight competition in the automotive world today requires serious attention from the car dealers to develop appropriate marketing strategies, especially the quality of service and promotion. Therefore this study aims to determine the effect of service quality and promotion of purchasing decisions at PT Bumen Redja Abadi Jakarta, which is a branch of automotive business branded Mitsubishi.

This research uses survey method with questionnaire. The population in this study is all consumers who buy cars, spare parts or service at PT. Bumen Redja Abadi Jakarta, and samples are consumers who buy cars, spare parts or service more than once. In this study using 50 samples with purposive sampling method. Measurement of responses of respondents to the questionnaire using 5 levels Likert scale. The method of data analysis used is multiple linear regression.

The results of this study indicate that the quality of service has a positive and significant influence on purchasing decisions, promotion has a positive and significant influence on purchasing decisions at PT Bumen Redja Abadi Jakarta.

Keywords: quality of service, promotion, and purchasing decisions



ABSTRAK

Ketatnya persaingan pada dunia *otomotif* dewasa ini memerlukan perhatian serius dari pada *dealer* mobil untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat khususnya kualitas pelayanan dan promosi. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Bumen Redja Abadi Jakarta, yang merupakan suatu cabang bisnis *otomotif* bermerek Mitsubishi.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli mobil, *sparepart* atau *service* pada PT. Bumen Redja Abadi Jakarta, dan sampelnya adalah konsumen yang membeli mobil, *sparepart* atau *service* lebih dari satu kali. Dalam penelitian ini menggunakan 50 sampel dengan metode *purposive sampling*. Pengukuran tanggapan responden terhadap kuesioner menggunakan 5 jenjang skala *Likert*. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Bumen Redja Abadi Jakarta.

Kata kunci: kualitas pelayanan, promosi, dan keputusan pembelian

UNIVERSITAS
MERCU BUANA