

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas produk, dan layanan purna jual terhadap minat beli sepeda motor Yamaha dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen pada sepeda motor Yamaha yang digunakan mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang.

Penelitian ini digunakan sampel berjumlah 100 orang yang diambil dari konsumen yang membeli dan menggunakan sepeda motor Yamaha di fakultas ekonomika dan bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang diperoleh dengan menggunakan teknik purposive sampling. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji normalitas, analisis regresi berganda, uji F, uji t, koefisien determinasi. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,264 X_1 + 0,320 X_2 + 0,333 X_3$$

Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel layanan purna jual dengan koefisien regresi sebesar 0,333 lalu variabel kualitas produk dengan koefisien regresi sebesar 0,320. Sedangkan variabel yang pengaruhnya paling rendah adalah promosi dengan koefisien regresi sebesar 0,264. Model persamaan ini memiliki nilai F hitung sebesar 47.436, dan dengan tingkat signifikansi 0,000 karena F hitung lebih kecil dari (0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen promosi, kualitas produk, dan layanan purna jual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci : Promosi, Kualitas Produk, Layanan Purna Jual, Minat Beli