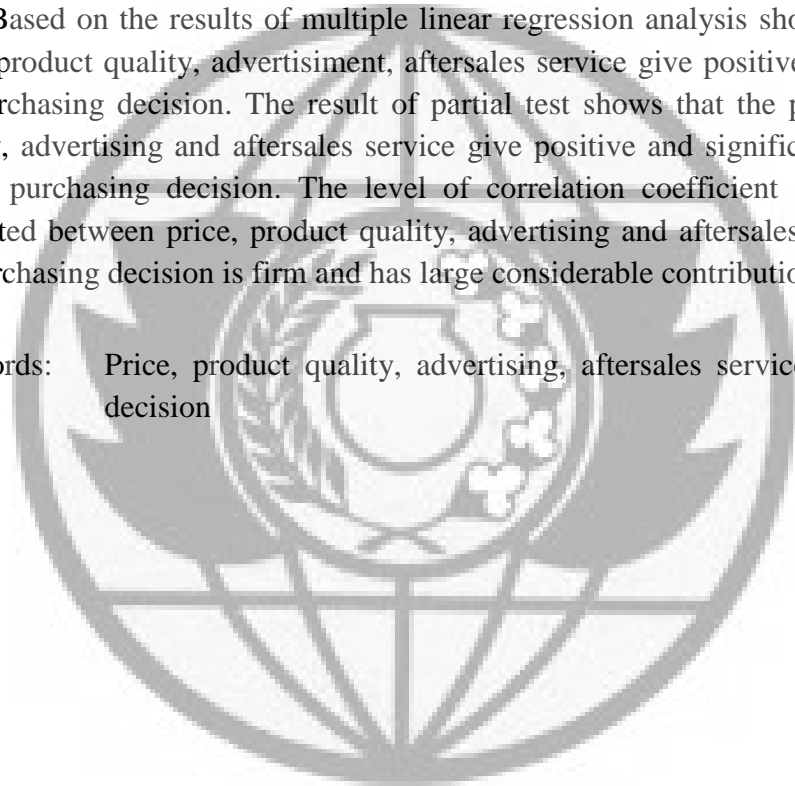


ABSTRACT

This study is aimed to analyze the influence of price, product quality, advertising and aftersales services to the purchasing decision at Toyota dealers AUTO 2000 Surabaya BasukiRahmat. The population is all customers who have ever purchased or conduted Agya automobile maintenance. The samplecollection technique has been done by using non-random sampling and purposive sampling technique. The samples are 100 respondents. The data analysis technique has been done by using reliability test, validity test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, model feasibility test and t-test as hypothesis test.

Based on the results of multiple linear regression analysis shows that sales price, product quality, advertisiment, aftersales service give positive influence to the purchasing decision. The result of partial test shows that the price, product quality, advertising and aftersales service give positive and significant influence to the purchasing decision. The level of correlation coefficient (R) which is generated between price, product quality, advertising and aftersales service with the purchasing decision is firm and has large considerable contribution.

Keywords: Price, product quality, advertising, aftersales service, purchasing decision



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, iklan dan pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian pada dealer Toyota AUTO 2000 Basuki Rahmat Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian atau pemeliharaan mobil Agya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-random sampling*, dan melalui teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji reabilitas dan validitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji kelayakan model dan uji-t sebagai uji hipotesis.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, iklan dan pelayanan purna jual berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, iklan dan pelayanan purna jual memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan tingkat koefisien korelasi (R) yang dihasilkan antara variabel harga, kualitas produk, iklan dan pelayanan purna jual dengan keputusan pembelian adalah cukup erat serta mempunyai kontribusi yang cukup besar.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Iklan, Pelayanan Purna Jual, Keputusan Pembelian