

## ABSTRAK

Semakin meningkatnya kemacetan di kota-kota besar menjadi faktor utama tingginya minat masyarakat untuk membeli sepeda motor. Pasar sepeda motor saat ini menggambarkan persaingan ketat antara pasar kompetitor usaha di bidang transportasi. Salah satu pemeran dalam industri distributor kendaraan bermotor adalah PT MPM Motor Surabaya. Untuk memenangkan pasar, setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk memuaskan konsumennya antara lain dengan cara mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberi kepuasan secara lebih efektif dan efisien. Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan signifikan dan positif antara tiga variabel bebas, yaitu kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Pengolahan data menggunakan metode kuantitatif dan melibatkan 101 responden yang merupakan konsumen dari MPM Motor Surabaya. Data diolah menggunakan software SPSS dan metode uji linier berganda. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan sebagai tujuan PT MPM Motor Surabaya, perusahaan perlu melakukan analisis secara berkala mengenai tiga aspek yang diteliti, yakni: kualitas layanan, harga, dan promosi penjualan.

Kata Kunci: Keputusan pembelian, kualitas layanan, harga, promosi, uji linier berganda.

## ABSTRACT

*The increasing congestion in big cities is the main factor in the high public interest in buying motorcycles. The market of motorcycles recently reflects a tight competition among the competitors business market especially in the transportation field. One of the perpetrators of this transportation business is PT. MPM Motor Surabaya. In order to win the market, every company has a goal to satisfy its customers, among others, by knowing the needs and desires of customers and providing satisfaction more effectively and efficiently. This research aimed to show the significant and positive correlation between three independent variables, i.e., service quality, price and promotion on the one dependent variable which was purchase decision. The research data processed was quantitative and it involved 101 respondents who were customers of MPM Motor Surabaya. Furthermore, the research data processed also used SPSS software and multiple linear regression methods. In order to fulfill the company's goal of PT. MPM Motor Surabaya, the company was required to conduct periodic analysis of the three aspects studied, which were service quality, price and sales promotion.*

*Keywords: purchase decision, services, price, promotion*

