ABSTRAKSI

Seiring dengan perkembangan jaman dan semakin meningkatnya persaingan industri sepeda motor di Indonesia, sehingga perusahaan otomotif terutama dibidang sepeda motor harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan. Untuk memperluas pangsa pasar, maka perusahaan harus mampu mengetahui apa yang dibutuhkan atau diharapkan oleh konsumennya. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor promosi yang kurang efektif, harga yang lebih mahal dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, kualitas produk yang masih banyak kekurangan dan juga layanan purna jual yang kurang memberikan kepuasan kepada pelanggan menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan obyek-obyek yang berhubungan untuk pengambilan keputusan yang bersifat umum. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Universitas Diponegoro yang membeli sepeda motor Yamaha. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa Universitas Diponegoro yang membeli sepeda motor Yamaha yang diambil secara *accidental sampling*. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian membuktikan bahwa tiga variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan layanan purna jual mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. Sedangkan satu variabel independen yaitu promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan bagi responden dalam menentukan keputusan membeli sepeda motor Yamaha. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen (kualitas produk, harga, promosi, dan layanan purna jual) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pengaruh positif terbesar terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada mahasiswa Universitas Diponegoro adalah pada variabel layanan purna jual dengan koefisien 0,303, kemudian diikuti oleh variabel harga dengan koefisien 0,253, selanjutnya variabel kualitas produk dengan koefisien 0,187, sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah dan tidak signifikasi yaitu variabel promosi dengan nilai koefisien sebesar 0,037.

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