PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO DI WILAYAH BABARSARI

ABSTRAKSI

Disusun oleh : Romao Nunes Smith Nim 152070025
Program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Tahun 2014

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan baik secara serempak maupun parsial terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Yamaha Mio di Wilayah Babarsari.

Berdasarkan tujuan tersebut, penelitian ini terdapat tiga variabel penelitian yaitu kualitas layanan, kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian. Obyek penelitian yang akan diambil adalah pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Wilayah Babarsari. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Populasinya adalah seluruh sepeda motor Yamaha Mio di Wilayah Babarsari dan sampel penelitian ini adalah sebagian pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Wilayah Babarsari yang berjumlah 120 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan dengan suatu pertimbangan tertentu dengan cara menentukan terlebih dahulu kritera responden. Analisis data penelitian meliputi analisis deskriptif dan analisa inferensial dengan teknik regresi beserta pengujian validitas dan reliabilitas sebelum dilakukan pengujian selanjutnya.

Hasil penelitian ini adalah : 1) Terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Yamaha Mio di Wilayah Babarsari, yang dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,000 < 0,05; 2) Terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Yamaha Mio di Wilayah Babarsari, yang dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,000 < 0,05; dan 3) Terdapat pengaruh yang signifikan variabel kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Yamaha Mio di Wilayah Babarsari, yang dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,000 < 0,05.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan, Keputusan Pembelian.