

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAN SEPEDA  
MOTOR MEREK SWALLOW PADA PT. INDUSTRI  
KARET DELI MEDAN**

Oleh:

FORNANDES SITANGGANG  
ANWAR SIDEBANG  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ban sepeda motor merek swallow pada PT. Industri Karet Deli Medan. Peneliti melakukan penelitian pada PT. Industri Karet Deli Medan yang beralamat di Jalan KL Yos Sudarso No. KM. 8.3, Tj. Mulia, Kec. Medan Deli, Kota Medan. Peneliti merencanakan kegiatan penelitian pada bulan September 2019 – April 2020. Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif *eksplanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan PT. Industri Karet Deli Medan adalah sebanyak 370 orang pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang melakukan pembelian di PT. Industri Karet Deli Medan yang berjumlah 370 orang pelanggan, dimana untuk pengujian validitas dan reliabilitas digunakan oleh peneliti adalah sebanyak 30 orang pelanggan dan sisanya adalah 192 orang pelanggan sebagai uji sampel. Sebelum model regresi yang diperoleh digunakan untuk menguji hipotesis, terlebih dahulu model tersebut di uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan meliputi: uji normalitas, uji multikolenieritas, dan uji heteroskedestisitas. Model analisis data ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian sekaligus menjadi kesimpulan penelitian adalah harga sebesar 2,297 dengan nilai signifikan 0,000 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di PT. Industri Karet Deli Medan. Promosi sebesar 3,944 dengan nilai signifikan 0,022 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di PT. Industri Karet Deli Medan. Kualitas produk sebesar 4,890 dengan nilai signifikan 0,000 secara parsial berpengaruh pada keputusan pembelian pelanggan di PT. Industri Karet Deli Medan.

**Kata Kunci : Harga, Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian**