

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. INDAKO
TRADING COY MEDAN**

**Louis Fernando Wijaya¹ Albert Giovanni Chandra²
Program Studi Management
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

Abstrak

Honda didistribusikan ke berbagai daerah di Indonesia, termasuk kota Medan, oleh PT. Indako Trading Coy Medan. Meskipun Honda adalah merek motor yang sangat terkenal, perusahaan ini masih bisa mengalami peningkatan penjualan. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, PT. Indako Trading Coy Medan mengalami penurunan penjualan. Konsumen yang semakin selektif dalam memilih produk melakukan berbagai evaluasi dan membandingkan merek Honda dengan pesaing seperti Yamaha, kemudian memilih produk yang paling unggul dan memberikan banyak manfaat bagi mereka. Oleh karena itu, penurunan keputusan pembelian ini dikaitkan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan personal selling. Penelitian ini melibatkan 10.617 konsumen yang membeli produk dari perusahaan selama periode 2020 hingga 2022. Teknik penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi 10%, sehingga diperoleh sebanyak 99 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan personal selling berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara parsial maupun simultan pada PT. Indako Trading Coy.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Personal Selling, Keputusan Pembelian