

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN, KUALITAS PELAYANAN  
DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK DAN JASA PT. SUPRA JAYA  
ABADI MEDAN**

**Willy Winata<sup>1</sup> Melfrianti Romauli Purba, S.P., M.M<sup>2</sup>  
Program Studi Management  
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

**Abstrak**

PT. Supra Jaya Abadi adalah perusahaan otomotif yang berfungsi sebagai dealer resmi Honda dan juga merupakan bagian dari independent dealer PT. Indako Trading Coy, yang merupakan dealer utama Honda di kota Medan dan sekitarnya. Persaingan yang semakin ketat saat ini menyebabkan penurunan tingkat penjualan perusahaan dari waktu ke waktu. Penurunan ini disebabkan oleh keputusan pembelian konsumen yang semakin selektif, yang membuat mereka mencari alternatif terbaik sebelum membeli produk. Penurunan keputusan pembelian tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti komunikasi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kepercayaan. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada perusahaan selama tahun 2023, sebanyak 1.352 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling, di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel, tanpa mempertimbangkan strata dalam populasi. Dengan menggunakan rumus Slovin dan tingkat kesalahan 10%, diperoleh sampel sebanyak 93 konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kepercayaan semuanya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. Supra Jaya Abadi Medan. Secara bersamaan, ketiga faktor ini juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

*Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian*