

ABSTRAK

Wulandari, Puji Ayu. 2022. “Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitra Suzuki Banjarbaru (Studi pada Mitra Megah Profitamas)”. Skripsi. Program Studi Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin. Pembimbing (1) Agustina, Titien (2) Syamsuddinnor.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitra Suzuki Banjarbaru (Studi pada Mitra Megah Profitamas) baik secara parsial maupun simultan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *customer* PT. Mitra Megah Profitamas Banjarbaru. Sampel penelitian ini sebanyak 89 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan pengisian kuesioner dan wawancara, teknik analisa data dalam penelitian kuantitatif yang digunakan regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa (1) bauran pemasaran secara parsial berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian (2) kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian (3) bauran pemasaran dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Saran penelitian bagi perusahaan, Mitra Suzuki hendaknya bisa makin meningkatkan jumlah penjualan dengan sistem yang lebih baik lagi, yaitu mengikuti perkembangan jaman dengan memanfaatkan sosial media dalam penjualan mobil Suzuki saat ini, sehingga penjualan dapat meningkat dari tahun-tahun sebelumnya.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Kualitas Layanan, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRAK

Wulandari, Puji Ayu. 2022 *"Effect of Marketing Mix and Service Quality*

Regarding the Decision to Purchase a Suzuki Banjarbaru Partner Car (Study on Mitra Megah Profitamas)". Thesis. Management Studies Program. Indonesian College of Management (STIMI) Banjarmasin. Supervisors (1) Agustina, Titien (2) Syamsuddinnor.

The purpose of this study was to determine the effect of the marketing mix and service quality on the car purchase decision of Mitra Suzuki Banjarbaru (Study on Mitra Megah Profitamas) either partially or simultaneously.

The population in this study were all customers of PT. Mitra Megah Profitamas Banjarbaru. The sample of this study was 89 respondents. Data collection techniques used were filling out questionnaires and interviews, data analysis techniques in quantitative research used multiple linear regression.

Based on the results of this study, it is known that (1) the marketing mix partially has a significant positive effect on purchasing decisions (2) service quality partially has a significant positive effect on purchasing decisions (3) the marketing mix and service quality simultaneously have a significant positive effect on decisions purchase.

Research advice for companies, Suzuki Partners should be able to increase the number of sales with an even better system, namely following the times by utilizing social media in Suzuki car sales today, so that sales can increase from previous years.

Keywords: *Marketing Mix, Service Quality, and Purchase Decision.*