

**Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap
Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Beat di Kota
Semarang**

REZA HARRY DHARMAWAN

(Pembimbing : Dr. Agus Prayitno,)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201102305@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk, harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda Beat di kota Semarang. Data penelitian ini didapat dari hasil penyebaran kuesioner dengan 100 responden pengguna sepeda motor matic Honda Beat di kota Semarang. Data penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Model persamaan tersebut diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS for windows versi 16. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel produk, harga, promosi dan citra merek secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda Beat di kota Semarang. Dan secara parsial variabel citra merek yang paling berpengaruh signifikan dan berhubungan positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda beat di kota Semarang, diikuti dengan variabel produk, variabel Promosi dan yang terakhir variabel harga yang juga berpengaruh signifikan dan berhubungan positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda Beat di kota Semarang.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, citra merek dan Keputusan Pembelian.

Influence Product, Price, Promotion and Brand Image on Purchasing Decisions of Honda Beat Automatic Motorcycle in Semarang

REZA HARRY DHARMAWAN

(Lecturer : Dr. Agus Prayitno,)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211201102305@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to know how many the influence of product, price, promotion and brand image on purchasing decision of Honda Beat automatic motorcycle in Semarang. Data were taken by distributing questionnaire to 100 respondents who use Honda Beat automatic motorcycle in Semarang. The data were analyzed by using multiple linear regression analysis. The equation model was processed using SPSS for windows version 16. Results showed that product, price, promotion and brand image simultaneously have significant influence on purchasing decision of Honda beat automatic motorcycle in Semarang. Partially, brand image variable was the most significant influence and has positive relation on purchasing decision of Honda Beat automatic motorcycle in Semarang, followed by product variable, promotion variable and price variable which also significant influenced and related positively on purchasing decision of Honda Beat automatic motorcycle in Semarang.

Keyword : product, price, promotion, brand image and purchasing decision