

MEMBANGUN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR KAWASAKI ATHLETE MELALUI MARKETING MIX, PELAYANAN DAN KELAS SOSIAL DI SEMARANG

IWAN SETIAWAN

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : awank.puna@gmail.com

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, seperti produk, harga, promosi, distribusi, pelayanan, kelas sosial. Keputusan pembelian konsumen bisa dilakukan terhadap banyak produk, salah satunya adalah sepeda motor. Salah satu merek sepeda motor yang sudah dikenal adalah Kawasaki Athlete. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh produk, harga, promosi, distribusi, pelayanan dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Kawasaki Athlete di Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor merek Kawasaki Athlete di Semarang. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor merek Kawasaki Athlete di Semarang yaitu sebanyak 100 responden. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan datanya kuesioner. Teknik analisisnya regresi berganda.

Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kelas sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Produk, harga, promosi, distribusi, pelayanan dan kelas sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Distribusi, Pelayanan, Kelas Sosial, Keputusan Pembelian

Kata Kunci : Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Distribusi, Pelayanan, Kelas Sosial, Keputusan Pembelian

BUILD A PURCHASE DECISION OF MOTORCYCLES KAWASAKI ATHELETE THROUGH THE MARKETING MIX , SERVICE AND SOCIAL CLASS IN SEMARANG

IWAN SETIAWAN

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : awank.puna@gmail.com

ABSTRACT

Purchase decision is a decision as an act of possession of two or more alternative options. Many factors can influence the purchasing decisions of consumers to a product, such as product, price, promotion, distribution, service, social class. Consumer purchasing decisions can be made ??on many products, one of which is a motorcycle. One motorcycle brand that is known is Kawasaki Athlete. The purpose of this study is to analyze the influence of product, price, promotion, distribution, service and social class on purchasing decisions Athlete Kawasaki brand motorcycles in Semarang.

Population in this research is that consumers who make purchases Athlete Kawasaki brand motorcycles in Semarang. The sample in this study are some consumers who make purchases Athlete Kawasaki brand motorcycles in Semarang as many as 100 respondents. The type of data in this study is primary data. Methods of data collection questionnaire. Technique of multiple regression analysis.

Products positive and significant impact on purchasing decisions. Prices positive and significant impact on purchasing decisions. Promotion of positive and significant impact on purchasing decisions. Distribution of positive and significant impact on purchasing decisions. Services and significant positive effect on purchasing decisions. Social class, and a significant positive influence on purchasing decisions. Product, price, promotion, distribution, service and social class significantly influence the purchase decision.

Keywords: Product, Price, Promotion, Distribution, Service, Social Class, Purchase Decision

Keyword : Keywords: Product, Price, Promotion, Distribution, Service, Social Class, Purchase Decision