

PURCHASE DECISION ON HONDA BEAT MOTORCYCLE (STUDY ON CONSUMERS IN KECAMATAN CINERE, DEPOK)

BY DWI NOVIANI PUTRI

ABSTRACT

This study aims to analyze purchasing decisions on Honda Beat motorcycles in Depok. The population of this study were residents of Cinere Depok District and consumers of Honda Beat motorcycle users with a sample size taken as many as 75 respondents with the criteria of someone who had made a purchase of Honda Beat motorcycle. The sampling technique uses a purposive sampling method. The analysis technique used is PLS (Partial Least Square) with SmartPLS 3.0 software. The results of this study indicate that (1) Product quality has a significant effect on purchasing decisions of Honda Beat motorcycles in Depok with a t-test value of $30.559 > 1.994$ and a significant value of $0.000 < 0.05$, (2) Price has a significant effect on motorcycle purchase decisions honda beat in Depok with a t-test value of $2.713 > 1.994$ and a significant value of $0.007 < 0.05$ (3) Promotion has a significant effect on purchasing decisions of Honda Beat motorcycles in Depok with a t-test value of $3.828 > 1.994$ and a significant value of $0.000 < 0.05$. The results of the determinant coefficient (R²) are 99.6% that the value of R-Square (R²) > 0.75 constructs product quality, price and promotion.

Keywords: *Product quality, price, promotion, purchase decision*

**KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP SEPEDA MOTOR HONDA
BEAT (STUDI PADA KONSUMEN DI KECAMATAN CINERE, DEPOK)**

OLEH DWI NOVIANI PUTRI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan pembelian terhadap sepeda motor honda beat di depok. Populasi dari penelitian ini adalah Warga Kecamatan Cinere Depok dan konsumen pengguna sepeda motor honda beat dengan ukuran sampel diambil sebanyak 75 responden dengan kriteria seseorang yang pernah melakukan pembelian sepeda motor honda beat. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*) dengan *software SmartPLS 3.0*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat di Depok dengan nilai Uji t sebesar $30,559 > 1,994$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, (2) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat di Depok dengan nilai Uji t sebesar $2,713 > 1,994$ dan nilai signifikan sebesar $0,007 < 0,05$ (3) Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat di Depok dengan nilai Uji t sebesar $3,828 > 1,994$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil koefisien determinan (R^2) sebesar 99,6% bahwa nilai R-Square (R^2) $> 0,75$ konstruk kualitas produk, harga dan promosi.

Kata Kunci: Kualitas produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian