

ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Skutik Honda Vario di Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal

Wahyu Arika Setyawati

17.05.51.0019

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen skutik Honda Vario di Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen Honda Vario. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 98 yang disebarkan secara langsung kepada konsumen Honda Vario di Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal. Untuk mendapatkan data primer di dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan data sekunder diperoleh dengan melalui penelusuran literature. Teknik penelitian yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Pengujian ini dilakukan dengan beberapa uji instrument, uji regresi berganda, uji hipotesis. Pada hasil penelitian ini membuktikan bahwa Citra Merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi Harga dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Persepsi Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Brand Image, Price Perception, and Promotion on Purchase Decisions on Consumers of Honda Vario Scooters at Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal

Wahyu Arika Setyawati

17.05.51.0019

This study was conducted to determine the effect of Brand Image, Price Perception, and Promotion on purchasing decisions on customers Honda Vario scooter at the Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal. This research was conducted on customers of Honda Vario consumers at the Dealer Cendana Motor Cepiring Kendal. To obtain primary data in this study a questionnaire and secondary data obtained through a literature search. The research technique used is purposive sampling. This test was carried out with several instrument tests, multiple regression tests, and hypothesis testing. The results of this study prove that Brand Image has no significant positive effect on purchasing decisions. Price Perception and Promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords : Brand Image, Price Perception, Promotion and Purchase Decisions