

Judul : Pengaruh Harga, Promosi dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Honda Scoopy Pada PT Kembang Jawa Permai

Dosen Pembimbing : Edi Murdiyanto, S.H., M.M

Zaenul Muttaqien, S.E., M.M

Nama : Ardhea Kusumawati

NPM 19130210379

ABSTRACT

This study discusses the influence of price, promotion and product design on the purchase decision of Honda Scoopy vehicles at PT Kembang Jawa Permai. The study aims to explain the influence of price, promotion and product design on the purchase decision of Honda Scoopy vehicles at PT Kembang Jawa Permai. The sample of this study was consumers who bought Honda Scoopy vehicles at PT Kembang Jawa Permai as many as 108 consumers. The sampling technique uses non-probability sampling, namely incidental sampling. The analysis techniques used are validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression. The results of the study are that there is a positive and significant influence of price on purchasing decisions with a significant value of $0.003 < 0.05$. There is a positive and significant influence of promotion on purchasing decisions with a significant value of $0.001 < 0.05$. There is a positive and significant influence of product design on purchasing decisions. There is a simultaneous influence of price, promotion and product design on purchasing decisions with a significant value of $0.000 < 0.05$.

Keywords : Price, Promotion, Product Design, Purchase Decision

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh harga, promosi dan desain produk terhadap keputusan pembelian kendaraan honda scoopy pada PT Kembang Jawa Permai. Penelitian bertujuan untuk menjelaskan pengaruh harga, promosi dan desain produk terhadap keputusan pembelian kendaraan honda scoopy pada PT Kembang Jawa Permai. Sampel penelitian ini yaitu konsumen yang membelikendaraan honda scoopy di PT Kembang Jawa Permai sebanyak 108 konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling yaitu sampling incidental. Teknik analisa yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda. Hasil penelitian adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan desain produk terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh harga, promosi dan desain produk secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Desain Produk, Keputusan Pembelian.