

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, KELOMPOK RUJUKAN, DAN MOTIVASI KONSUMEN TERADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIC HONDA VARIO (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN TANAH PUTIH KABUPATEN ROKAN HILIR)

MELYA SARI
11371203634

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah citra merek, kelompok rujukan, dan motivasi konsumen memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tanah Putih dengan jumlah responden sebanyak 88 orang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisa secara kuantitatif dengan menggunakan alat analisis berupa uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t dengan bantuan program Statistical Package for the Social Science (SPSS). Hasil penelitian yang telah dilaksanakan diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = -1,376 + 0,276X_1 + 0,242X_2 + 0,550X_3 + e$, dari hasil analisis statistik diketahui citra merek, kelompok rujukan, dan motivasi konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih. Selain itu, secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek, kelompok rujukan dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda Vario di Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir. Selanjutnya, besar pengaruh variabel independen (citra merek, kelompok rujukan, dan motivasi konsumen) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) adalah sebesar 69,5%.

Kata Kunci: Citra Merek, Kelompok Rujukan, Motivasi Konsumen dan Keputusan Pembelian