

INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor - faktor yang terdiri dari motivasi, keluarga, referensi, atribut produk, promosi dan lokasi yang mempengaruhi terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Vario. Objek dalam penelitian adalah Dealer sepeda motor Honda dan subjeknya adalah penduduk Kota Yogyakarta Yang telah membeli dan memiliki sepeda motor Honda Vario. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden yang sedang berada di Dealer sepeda motor Honda sebanyak 100 orang. Analisis data dilakukan dengan analisis kualitatif menggunakan analisis Mean Arithmetic (rata-rata).

Kata kunci: motivasi, keluarga, kelompok referensi, atribut produk, promosi, lokasi, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research aim to analyzing influence of earning level, motivation, family, reference, product attribute, price, promotion, service, experience and location to consumer decision buying Honda Vario motorbike. Object of research is dealer of Honda Vario motorbike and its subject are people in Yogyakarta which bought and have Honda Vario motorbike. Research data is obtained by spreading enquetes to responder who are being residing in dealer of Honda motorbike about 100. Data analysis done by qualitative analysis by using Mean Arithmetic analysis (average).

Keyword: Motivation, family, reference, product attribute, promotion, location and purchasing decision.