

ABSTRAK

Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Atas Sepeda Motor Honda Di Kota Padang.

Oleh : Roby Maulana/2012

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Sejauhmana pengaruh *Produk* sepeda motor Honda terhadap keputusan pembelian konsumen atas sepeda motor Honda di Kota Padang, (2) Sejauhmana pengaruh *Harga* sepeda motor Honda terhadap keputusan pembelian konsumen atas sepeda motor Honda di Kota Padang, (3) Sejauhmana pengaruh *Promosi* sepeda motor Honda terhadap keputusan pembelian konsumen atas sepeda motor Honda di Kota Padang, dan (4) Sejauhmana pengaruh *Distribusi* sepeda motor Honda terhadap keputusan pembelian konsumen atas sepeda motor Honda di Kota Padang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan taraf signifikan $0,037$ ($0,037 < 0,05$), (2) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan taraf signifikan $0,771$ ($0,771 > 0,05$) dan (3) Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan taraf signifikan $0,045$ ($0,045 < 0,05$), (4) Distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan taraf signifikan $0,513$ ($0,513 > 0,05$).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan disarankan kepada perusahaan yang menjual sepeda motor Honda di kota Padang untuk meningkatkan pengawasan terhadap kualitas produk yang ditawarkan dengan memberikan perhatian secara menyeluruh dan berkesinambungan terhadap kelayakan produk yang ditawarkan, meningkatkan penetapan harga yang kompetitif untuk mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar, meningkatkan promosi agar masyarakat semakin mengenal dan tertarik dengan produk sepeda motor yang ditawarkan, serta untuk kebijakan distribusi perusahaan harus mengevaluasi kembali pendistribusian agar lebih aktif dan efektif untuk memudahkan konsumen dalam mengakses untuk melakukan pembelian suatu produk.