

## ABSTRAK

Dunia otomotif pada masa ini mengalami banyak pengembangan terutama di Indonesia yang merupakan negara yang padat penduduk. Pada masa ini persaingan produksi menjadi semakin panas antar produsen. Dari hal tersebut membuat konsumen selalu memilih produk yang sesuai dengan banyak pertimbangan yang cukup banyak.

Pada saat ini, peneliti berkeinginan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang mendorong konsumen untuk berani mengamalkan keputusan pembelian kendaraan bermotor berjenis Satria Fu 150 di Suzuki Undaan Wetan 88 Surabaya.

Pada penelitian ini, hipotesis yang diambil ada dua. Yang pertama adalah adanya pengaruh variabel harga, lokasi, promosi dan produk terhadap keputusan pembelian Suzuki Satria FU 150 di Suzuki Undaan Wetan 88 Surabaya. Hipotesis yang kedua adalah adanya pengaruh dominan dari variabel Produk terhadap keputusan pembelian Satria FU 150.

Peneliti menggunakan teknik purposive sampling untuk pengambilan datanya. Sampling diambil berdasarkan karakteristik tertentu, yaitu 100 orang konsumen yang pernah melakukan pembelian Satria FU 150 di Suzuki Undaan Wetan 88 Surabaya dengan usia minimum 17 tahun.

Hipotesis pertama diuji dengan uji F, untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat secara bersama-sama. Hasil yang didapat adalah variabel bebas tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat.  $F$  hitung sebesar  $7,814 > f$  tabel =  $2,46$ , maka  $H_0$  ditolak pada level of significance 5%.

Hipotesis kedua diuji dengan Uji t, untuk mengetahui apakah variabel produk ( $X_4$ ) berpengaruh secara dominan. Hasil yang didapat adalah variabel produk tidak terbukti berpengaruh secara dominan dikarenakan variabel promosi ( $X_3$ ) memiliki pengaruh dominan secara signifikan terhadap variabel terikat ( $Y$ ), dengan pengaruh sebesar  $-0,316$  yang pengaruhnya lebih besar dibanding variabel lain.