

## ABSTRAK

Sepeda motor dewasa ini dianggap masyarakat sebagai sarana transportasi yang ekonomis dan efisien. Berdasarkan faktor-faktor tersebut di atas maka industri-industri sepeda motor semakin berlomba-lomba untuk dapat memenangkan pangsa pasar persaingan bisnis. Peningkatan penjualan tersebut akan dicapai bila perusahaan mampu menghasilkan **produk** dengan mutu yang baik dan **harga** yang terjangkau untuk konsumen sasaran, yang tentunya juga harus diimbangi dengan peningkatan saluran **distribusi** dan kegiatan-kegiatan **promosi** yang mendukung (*marketing mix*).

Tujuan peneliti adalah untuk mengetahui apakah Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor merk Honda tipe Supra-X 125 cc di Surabaya baik secara parsial maupun simultan dan variabel mana yang berpengaruh dominan terhadap variabel tergantung.

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), distribusi ( $X_3$ ) dan promosi ( $X_4$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli sepeda motor merk Honda tipe Supra-X 125 cc di Surabaya ( $Y$ ) secara signifikan dalam menggunakan produk Honda tipe Supra-X 125 cc di Surabaya, dibuktikan dengan nilai F hitung (20,822) > F tabel (2,45) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien korelasi simultan (R) sebesar 0.683 menunjukkan bahwa keeratan atau kekuatan hubungan antara variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), distribusi ( $X_3$ ) dan promosi ( $X_4$ ) memiliki hubungan yang positif. Hubungan yang positif dapat ditunjukkan apabila variabel-variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), distribusi ( $X_3$ ) dan promosi ( $X_4$ ) secara simultan ditingkatkan maka Keputusan Konsumen dalam membeli sepeda motor merk Honda tipe Supra-X 125 cc di Surabaya ( $Y$ ) akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

Sedangkan, R Square atau determinasi berganda menunjukkan nilai 0.467 atau 46.7 %. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh antara variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), distribusi ( $X_3$ ) dan promosi ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli sepeda motor merk Honda tipe Supra-X 125 cc di Surabaya. Koefisien Regresi variabel produk ( $X_1$ ) bertanda positif terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli sepeda motor merk Honda tipe Supra-X 125 cc di Surabaya ( $Y$ ) dan signifikan karena mempunyai angka signifikan dibawah 0.05 yaitu sebesar 0.006. Koefisien Regresi variabel harga ( $X_2$ ) bertanda positif terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli sepeda motor merk Honda tipe Supra-X 125 cc di Surabaya ( $Y$ ) dan tidak signifikan karena mempunyai angka signifikan di atas 0.05 yaitu sebesar 0.354. Koefisien Regresi variabel distribusi ( $X_3$ ) bertanda positif terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli sepeda motor merk Honda tipe Supra-X 125 cc di Surabaya ( $Y$ ) dan signifikan karena mempunyai angka signifikan dibawah 0.05, yaitu sebesar 0.000. Koefisien Regresi variabel promosi ( $X_4$ ) bertanda negatif terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli sepeda motor merk Honda tipe Supra-X 125 cc di Surabaya ( $Y$ ) dan tidak signifikan karena mempunyai angka signifikan di atas 0.05 yaitu sebesar 0.670. Variabel bebas yang dominan pengaruhnya adalah distribusi ( $X_3$ ) yaitu sebesar 0.444 atau 44.4 %.