

ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha dewasa ini telah diwarnai oleh persaingan yang semakin ketat dengan banyaknya produk-produk baru bermunculan dipasar. Dalam hal ini perusahaan harus menginformasikan kepada masyarakat bahwa perusahaan tersebut memiliki produk/jasa yang bisa dikonsumsi oleh masyarakat salah satunya melalui Merek. Hal ini telah dilakukan perusahaan Astra yang sudah dikenal oleh masyarakat selain itu Honda terus melakukan Pengembangan Produk.

Diharapkan melalui perusahaan Astra ini kebutuhan masyarakat atas transportasi bisa terpenuhi. Melalui variabel bebas harga (X1), merek (X2), dan pengembangan produk (X3) yang diteliti untuk membuktikan apakah ketiga variabel bebas tersebut mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda Supra X125.

Dalam Penelitian ini digunakan uji reliabilitas, uji validitas, analisis regresi linier berganda, analisis uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi berganda, analisis *standardized coefficient beta*, dan uji hipotesis yang menggunakan hasil olahan dari program SPSS ver.15.0. Adapun hasil uji hipotesis dari penelitian ini adalah hipotesis yang pertama terbukti bahwa ketiga variabel bebas yang terdiri dari harga (X1), merek (X2), dan pengembangan produk (X3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Supra X125 (Y) karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dan hipotesis kedua terbukti bahwa variabel pengembangan produk (X3) berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Supra X125 (Y) karena memiliki nilai *standardized coefficient beta* paling tinggi.