

## **ABSTRAK**

Data Penjualan Yamaha R15 khusus di wilayah Surabaya diketahui dari bulan Desember 2017 hingga Juni 2018 terjual lebih dari 100 motor Yamaha R15 di Surabaya dan diprediksikan hingga saat ini penjualan kian meningkat. Guna menjaga eksistensi produk Yamaha R15 di tengah persaingan produk sejenis motor sport dari merk produsen lain maka khususnya bagian marketing senantiasa menciptakan dan menerapkan berbagai macam strategi pemasaran untuk menjaga dan mempertahankan bahkan meningkatkan penjualan di tengah persaingan bisnis yang cukup ketat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian Yamaha R15 di Surabaya

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis faktor dengan SPSS menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data dengan responden berjumlah 100 orang sebagai pihak yang diketahui melakukan pembelian berlian Yamaha R15 di Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 30 indikator membentuk 8 faktor baru yakni faktor kemudahan informasi, kesan beda dan nilai mesin, faktor promosi, keamanan dan profesionalitas, faktor iklan, harga dan rekomendasi, faktor kepercayaan, kenyamanan dan nilai jual, faktor keluarga, komunitas dan persepsi, faktor sosial dan modifikasi, faktor tampilan dan kualitas serta faktor merk.

**Kata Kunci :** Analisis Faktor, Keputusan Pembelian dan Yamaha R15

## **ABSTRACT**

Data on Yamaha R15 sales specifically in the Surabaya area are known from December 2017 to June 2018 to sell more than 100 Yamaha R15 motorbikes in Surabaya and are predicted to date sales are increasing. In order to maintain the existence of Yamaha R15 products in the midst of competing sports motorbike products from other manufacturers, the marketing department always creates and implements various marketing strategies to maintain and maintain and even increase sales in the midst of tight business competition. The purpose of this research is to find out what factors are considered by consumers in purchasing decisions of Yamaha R15 in Surabaya

This study uses a quantitative research method with a factor analysis technique with SPSS using a questionnaire as a data collection instrument with 100 respondents as the party known to purchase a diamond Yamaha R15 in Surabaya.

The results showed that out of 30 indicators formed 8 new factors namely ease of information, impression of difference and value of machines, promotion factors, security and professionalism, advertising factors, prices and recommendations, trust factors, convenience and selling value, family factors, community and perception , social factors and modification, display factors and quality and brand factors.

Keywords: Factor Analysis, Purchase Decision and Yamaha R15

