

ABSTRAK

Data dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menunjukkan Yamaha masih top di kelas sepeda motor sport dengan penjualan 313.867 unit atau menguasai 50,2 % pasar. Honda yang baru bisa menjual 222.017 unit atau 35,5% dari total penjualan 624.935 sepeda motor pada Januari-Juli 2013. Penelitian ini bertujuan untuk membahas pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada sepeda motor Yamaha New V-Ixion.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dilaksanakan pada 100 Mahasiswa-Mahasiswi regular Universitas Mercu Buana Meruya Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 20. Teknik pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dengan analisis faktor, uji reliabilitas dengan *cronbach alpha's*. uji asumsi klasik, koefisiensi determinasi dan analisis regresi berganda, untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil analisis menunjukkan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan secara simultan produk, harga, distribusi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar menambahkan variabel independen lain untuk lebih menjelaskan variabel dependen atau keputusan pembelian.

Kata kunci : Produk, Harga, Distribusi, Promosi, dan Keputusan Pembelian