

ABSTRACT

This study reveals that there are four variables which aim to determine the effect of price, promotion and brand image in determining the purchase interest of a Yamaha NMAX motorbike. Respondents in this study were people who had bought a Yamaha NMAX motorbike. This research was conducted on 150 respondents using a quantitative approach. The data analysis used is multiple linear regression analysis with SPSS statistical software tools. The results of this study indicate that the price test has a significant effect in determining the purchase intention of a Yamaha NMAX motorbike. Promotion and brand image have a significant effect in determining the purchase intention of a Yamaha NMAX motorcycle.

Keywords: Price, Promotion, Brand Image, Purchase Interest.



ABSTRAK

Ini mengungkapkan ada empat variabel yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan citra merek dalam menentukan minat beli motor Yamaha NMAX. Responden pada penelitian ini adalah masyarakat yang sudah membeli motor Yamaha NMAX. Penelitian ini dilakukan terhadap 150 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu software statistik SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji harga berpengaruh signifikan dalam menentukan keputusan minat beli motor Yamaha NMAX. Promosi dan citra merek berpengaruh signifikan dalam menentukan minat beli motor Yamaha NMAX.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Citra Merek, Minat Beli.

