

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di CV. Mitra Jaya Kranggan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen CV. Mitra Jaya Kranggan. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 100 konsumen CV. Mitra Jaya Kranggan. Penelitian ini menggunakan rumus *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *IBM SPSS Statistics 25*. Penelitian ini membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Promosi, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, location and promotion on purchasing decisions for Honda motorcycle at CV. Mitra Jaya Kranggan. The population in this research is customers of CV. Mitra Jaya Kranggan. The sample used is 100 customers of CV. Mitra Jaya Kranggan. This research uses Purposive sampling formula. The Methods of data collection using survey method, with the research instrument being a questionnaire. The data analysis method using IBM SPSS Statistics 25. This research proves that price has a positive and significant effect on purchasing decisions. Location has a positive and significant effect on purchasing decisions. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Price, Location, Promotion, Purchasing Decision.*

