

FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA DI ASTRA MOTOR CABANG AYANI SINGARAJA

Oleh
Ni Made Putri Widyawati, NIM 1717041150
Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di Astra Motor Cabang Ayani Singaraja, dan (2) faktor yang paling dominan menentukan keputusan pembelian sepeda merek Honda di Astra Motor Cabang Ayani Singaraja. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dikumpulkan menggunakan koesioner dan dianalisis dengan analisis faktor. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian sepeda motor Merek Honda di Astra Motor Cabang Ayanai Singaraja dengan teknik *purposive sampling*, jumlah sampel responden 100 orang, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di Astra Motor Cabang Ayani Singaraja adalah faktor psikologis, faktor pribadi, faktor sosial, faktor kebudayaan dan (2) faktor yang paling dominan menentukan keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di Astra Motor Cabang Ayani Singaraja adalah faktor psikologis dengan nilai *varimax rotation* 44,115.

Kata kunci : analisis faktor, keputusan pembelian, kebudayaan, pribadi, psikologis, sosial.

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR MEREK HONDA DI ASTRA MOTOR CABANG
AYANI SINGARAJA**

Oleh
Ni Made Putri Widyawati, NIM 1717041150
Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This study aims to analyze (1) the factors that determine the decision to purchase Honda motorbikes at Astra Motor Ayani Singaraja Branch, and (2) the most dominant factors determining the purchase decision for Honda brand bicycles at Astra Motor Ayani Singaraja Branch. This research uses quantitative research. Data collection techniques were collected using a questionnaire and analyzed by factor analysis. The sample in this study were consumers who had purchased Honda motorbikes at Astra Motor Ayanai Singaraja branch with purposive sampling technique, the total sample of respondents was 100 people, the results of this study indicate that (1) the factors that determine the decision to purchase a Honda brand at Astra Motor Ayani Singaraja Branch are psychological factors, personal factors, social factors, cultural factors and (2) the most dominant factor determining the decision to buy a Honda motorbike at Astra Motor Ayani Singaraja Branch is a psychological factor with a varimax rotation score of 44,115

Key words: analysis factor, purchasing decision, culture, individual, psychological, social

