

**PENGARUH KETERTARIKAN, GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY
(Studi Kasus Pada Dealer Honda TDM Sekampung)**

Kurniyani¹, Yateno², Nina Lelawati³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Email: kurniyani98@gmail.com

ABSTRAK

Ketertarikan atau minat beli terhadap kendaraan sepeda motor Scoopy masih terbilang sedikit dikarenakan pola pikir konsumen yang lebih mengutamakan kebutuhan. Kebutuhan konsumen mengutamakan yang cukup diperlukan, maka konsumen lebih banyak membeli kendaraan sepeda motor honda sejenisnya yaitu sepeda motor honda beat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ketertarikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy, mengetahui apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy, mengetahui apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy, dan mengetahui apakah Ketertarikan, Gaya Hidup dan Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy.

Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif yang mengukur variabel ketertarikan, gaya hidup, citra merek, dan keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan honda scoopy yang ada di TDM Honda Motor Sekampung. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ketertarikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan berdasarkan hasil uji disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari ketertarikan, gaya hidup, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada dealer honda TDM Sekampung.

Kata Kunci: Ketertarikan, gaya hidup, citra merek, keputusan pembelian.