

ANALISIS PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA (Studi Pada Dealer Honda Tunas Dwipa Matra Purbolinggo)

Rile Yogatama¹, Suryadi², Yateno³

¹Universitas Muhammadiyah Metro Lampung

^{2,3} Universitas Muhammadiyah Metro Lampung

e-mail: rileyogatama@gmail.com

ABSTRAK

Industri sepeda motor merupakan industri yang sangat pesat perkembangannya. Banyaknya produsen motor tersebut membuat konsumen memiliki banyak pilihan dalam menentukan jenis motor yang akan mereka beli. Keputusan pembelian tersebut didasarkan atas pertimbangan-pertimbangan tertentu dari konsumen. Hasil survey pendahuluan menunjukkan bahwa tingkat penjualan yang mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya. Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Objek dalam penelitian ini adalah *experiential marketing*, *perceived quality*, *advertising* dan keputusan pembelian. Populasi penelitian adalah konsumen di Dealer Honda Tunas Dwipa Matra dengan sampel sebanyak 68 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan analisa kualitas data dan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan *secara partial experiential marketing*, *perceived quality*, dan *advertising* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan juga menunjukkan *experiential marketing*, *perceived quality*, dan *advertising* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Experiential Marketing*, *Perceived Quality*, *Advertising*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The motorcycle industry is an industry that is rapidly developing. The number of motorbike manufacturers makes consumers have many choices in determining the type of motorbike they will buy. Based on conditions, producers must be able to anticipate what factors influence consumer decisions in buying motorbikes. This study aims to determine Experiential Marketing, Perceived Quality and Advertising on Purchasing Decisions of Honda Motorbikes at Honda Dealer Tunas Dwipa Matra Purbolinggo. The research design is quantitative research or verification research. The method used in this research is explanatory survey method. The study population was 68 respondents. The data collection technique used a questionnaire. The analytical tool used is to use data quality analysis and multiple linear regression analysis with the SPSS program. The results showed that partially experiential marketing, perceived quality, and advertising had a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously it also shows that experiential marketing, perceived quality, and advertising together have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Experiential Marketing*, *Perceived Quality*, *Advertising*, *Purchases Decision*
