

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SEPEDA MOTOR HONDA

(Survey Pada Konsumen PT. Daya Adicipta Motora Bandung)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh naik turunnya jumlah penjualan sepeda motor di PT Daya Adicipta Motora. Diduga hal ini karena variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yakni variabel harga dan strategi promosi sebagai variabel bebas dan minat beli konsumen sebagai variabel terikatnya. Penelitian ini dianalisis dengan metode deskriptif verifikatif dan model analisis regresi linier berganda.

Setelah dilakukan penelitian, didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 7,602 dengan taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai t_{tabel} atau $t_{0,05.98} = 1.99$. Hasil perhitungan menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $0.005 < 0.05$. Maka, harga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat beli konsumen. Sementara itu, nilai t hitung sebesar 2,438 dengan taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai t tabel atau $t_{0,05.98} = 1.99$. Diketahui tingkat signifikansi sebesar $0,013 < 0,05$ maka, strategi promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Sehingga, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan strategi promosi terhadap minat beli konsumen sepeda motor Honda pada PT Daya Adicipta Motora Bandung. Dengan pengaruh harga dan strategi promosi terhadap minat beli konsumen yakni sebesar 54,3% sementara 45,7% minat beli konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Strategi Promosi, Minat Beli

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICES AND PROMOTION STRATEGIES ON INTERESTS TO BUY CONSUMERS OF HONDA MOTORCYCLE

(Survey of Consumers on PT. Daya Adicipta Motora Bandung)

This research was motivated by the ups and downs in the number of motorcycle sales in PT Daya Adicipta Motora. Allegedly this is because the variables used in this study are price variables and promotion strategies as independent variables and consumer buying interest as the dependent variable. This study was analyzed by descriptive verification method and multiple linear regression analysis model.

After doing the research, obtained the value of tcount of 7.602 with a significance level of α of 5%, then the value of t table or $t_{0.05.98} = 1.99$. the calculation results show a significance level of $0.005 < 0.05$. So, the price has a significant effect on the variable consumer interest in buying. Meanwhile, the t count value is 2.438 with a significance level of α of 5%, then the value of t table or $t_{0.05.98} = 1.99$. Given the significance level of $0.013 < 0.05$, the promotion strategy has a significant effect on consumer buying interest. Thus, there is a significant influence between price variables and promotion strategies on the buying interest of consumers of Honda motorcycles at PT Daya Adicipta Motora Bandung. With the influence of prices and promotional strategies on consumer buying interest that is equal to 54.3% while 45.7% of consumers' buying interest is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords : Price, Promotion Strategy, Interest to Buy