

ABSTRAK

Japari, 101310473, Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Honda di PT. Nusantara Surya Sakti Pontianak, di bawah bimbingan Edy Suryadi, SE, MM dan Sinhan, SE, MM.

Penjualan motor merk Honda mengalami fluktuasi setiap tahun. Tahun 2012 penjualan merk Honda di Kota Pontianak mengalami penurunan penjualan yang mengikuti trend penurunan penjualan pada seluruh merk kendaraan bermotor, Tahun 2013 penjualan merk Honda kembali mengalami peningkatan jumlah penjualan.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah; untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Honda di PT. Nusantara Surya Sakti Pontianak.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa; Nilai konstanta regresi linier sederhana yang diperoleh adalah sebesar 0,079, artinya jika unsur-unsur bauran pemasaran, seperti produk, harga, promosi, tempat/saluran distribusi, orang, bukti fisik, dan proses bernilai 0 (nol), maka keputusan pembelian konsumen sepeda motor merk Honda di PT Nusantara Surya Sakti akan bernilai 0,079. Nilai koefisien regresi sederhana variabel bauran pemasaran yang diperoleh sebesar 0,964, artinya jika bauran pemasaran di tingkatkan sebesar satu satuan dengan asumsi unsur-unsur lain tidak mengalami perubahan atau tetap, maka keputusan pembelian konsumen pada pembelian sepeda motor merk Honda di PT. Nusantara Surya Sakti Pontianak akan meningkat sebesar 0,964 satuan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian Merk Honda.
PT. Nusantara Surya Sakti