

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA BEAT
(Study Konsumen Di Dealer MPM Jombang)**

ABSTRAK

Oleh:

Bargas Geofanny Suharyono Putra

Dosen Pembimbing:

Dr. Erminati Pancaningrum., ST., MSM

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian Honda Beat pada Konsumen Di Dealer MPM Jombang. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisisioner. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul. Dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 100 Responden. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis melalui uji t dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS versi 25. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Honda Beat Di Dealer MPM Jombang Artinya semakin positif persepsi konsumen terhadap harga Honda Beat Di Dealer MPM Jombang, semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Honda Beat Di Dealer MPM Jombang Artinya semakin tinggi intensitas promosi dapat menyebabkan peningkatan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : Persepsi harga, Promosi, dan Keputusan pembelian.