

**Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Merek Honda Pada
Dealer Bonanza Motor Babat Lamongan**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic merek honda pada dealer bonanza motor babat lamongan secara persial. Metode ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji hipotesis menggunakan uji t untuk menguji pengaruh variabel X denagn variabel Y secara persial dengan signifikan 0,05 (5%). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai variabel independent secara persial, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,000 > 0,05, kualitas produk berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,277 > 0,05, promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,694 < 0,05, dan variabel (X) dengan variabl (Y) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,000.

Kata kunci : harga, kualitas prouk, promosi, keputusa pembelian