

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi *purchase intention*. Faktor-faktor tersebut adalah *product knowledge*, *perceived quality*, *perceived risk*, *perceived value*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang mengetahui tetapi belum pernah membeli produk sepeda motor Kawasaki Ninja 250 Fi, yang tinggal di Kota Semarang. Sampel dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, diperoleh sampel sebanyak 100 responden.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product knowledge* dan *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Sementara itu *perceived quality* dan *perceived risk* tidak signifikan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci : *product knowledge*, *perceived quality*, *perceived risk*, *perceived value* dan *purchase intention*.