

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatar belakangi persaingan dalam pasar sepeda motor yang dikuasai oleh empat perusahaan besar yaitu Honda, Yamaha, Suzuki, dan Kawasaki yang memegang kendali penuh atas pasar sepeda motor di Indonesia. Secara khusus, penelitian ini mengulas bagaimana cara yang dilakukan Yamaha untuk meningkatkan penjualan sepeda motor Yamaha yang saat ini masih dikuasai oleh Honda. Adapun yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah "faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di kota Semarang". Penelitian ini menguji empat variabel yaitu program promosi, persepsi merek, motivasi konsumen, dan kualitas produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh keempat variabel tersebut terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 100 orang responden pemilik atau pemakai sepeda motor Yamaha di kota Semarang yang diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji *Goodness of Fit* melalui koefisien regresi (R^2), uji F, dan uji t. Analisis kualitatif merupakan interpretasi data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan. Hasil penelitian ini menunjukkan dua dari empat variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui uji F dan uji t, sedangkan angka *Adjusted R Square* sebesar 0,621 menunjukkan 62,1% variasi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha yang dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen tersebut, dimana sisanya 37,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: program promosi, persepsi merek, motivasi konsumen, kualitas produk, dan keputusan pembelian.