

ANALISI PENGARUH GAYA HIDUP DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA (Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Bengkalis)

Nama : Nurfhadillah
NIM : 5604221002
Pembimbing : Bustami, S.ST., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin kompetitifnya persaingan industri otomotif serta adanya berbagai faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, di antaranya gaya hidup dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap keputusan pembelian, pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian, serta pengaruh gaya hidup dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda pada masyarakat Kabupaten Bengkalis. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji F dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,051 dan signifikansi 0,000. Harga secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t_{hitung} sebesar 9,150 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, gaya hidup dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai F_{hitung} sebesar 189,244 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, semakin sesuai gaya hidup konsumen dan semakin baik persepsi konsumen terhadap harga, maka semakin tinggi keputusan pembelian sepeda motor merek Honda pada masyarakat Kabupaten Bengkalis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,051 dan signifikansi 0,000. Harga secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t_{hitung} sebesar 9,150 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, gaya hidup dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai F_{hitung} sebesar 189,244 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, semakin sesuai gaya hidup konsumen dan semakin baik persepsi konsumen terhadap harga, maka semakin tinggi keputusan pembelian sepeda motor merek Honda pada masyarakat Kabupaten Bengkalis.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Harga, Keputusan Pembelian, Sepeda Motor Honda

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND
PRICE ON PURCHASE DECISION FOR HONDA
MOTORCYCLES
(CASE STUDY ON THE COMMUNITY OF BENGKALIS
REGENCY)**

Name : Nurfhadillah
Number :5604221002
Advisor : Bustami, S.ST., M.Si

ABSTRACT

This study was motivated by the increasingly competitive automotive industry and the various factors considered by consumers when making purchasing decisions, including lifestyle and price. This study aims to analyze the partial effect of lifestyle on purchasing decisions, the partial effect of price on purchasing decisions, and the simultaneous effect of lifestyle and price on the purchasing decisions of Honda motorcycles among the people of Bengkalis Regency. This research employed a quantitative method with an associative approach. The sample consisted of 100 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, and F-test with the assistance of SPSS version 25. The results showed that lifestyle partially had a positive and significant effect on purchasing decisions, with a t-value of 4.051 and a significance value of 0.000. Price also had a positive and significant partial effect on purchasing decisions, with a t-value of 9.150 and a significance value of 0.000. Simultaneously, lifestyle and price had a positive and significant effect on purchasing decisions, with an F-value of 189.244 and a significance value of 0.000. Therefore, the more suitable the consumer's lifestyle and the better the consumer's perception of price, the higher the purchasing decision for Honda motorcycles among the people of Bengkalis Regency.

Keywords: Lifestyle, Price, Purchasing Decision, Motorcycle Honda.