

**PENGARUH HARGA, ASOSIASI MEREK DAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPARE-PART MOTOR
PADA PT. ERA AGUNG LESTARI**

SKRIPSI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN



Disusun Oleh :

Nama : KHOIRUNNISA AWALLIAH

Nim : 041501503125040

Jurusan : MANAJEMEN

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

2019

**PENGARUH HARGA, ASOSIASI MEREK DAN DISTRIBUSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPARE-PART MOTOR
PADA PT. ERA AGUNG LESTARI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1



Disusun Oleh :

Nama : KHOIRUNNISA AWALLIAH

Nim : 041501503125040

Jurusan : MANAJEMEN

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

2019

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Price, Brand and Distribution Associations on the Purchase Decision of Motorcycle Spare Parts at PT. Era Agung Lestari. The method used in this study is a quantitative method and based on respondents' answers using the Interval Scale. The population in this study were all consumers of PT. Era Agung Lestari in JABODETABEK and the samples in this study were 66 respondents of motorcycle spare parts consumers at PT. Era Agung Lestari using random sampling techniques. Data analysis methods used in this research are Statistical Descriptive Analysis, Classical Assumptions Test (Normality, Multicollinearity, Heteroscedasticity, Autocorrelation), Correlation Coefficient Test, Multiple Linear Regression Test, t Test, F Test, and Determinant Coefficient R^2 with the help of SPSS 22 Software .

The results showed that partially (t test) Price, Brand Association, and Distribution influence on Purchasing Decisions and simultaneously (F test) showed that there was a significant influence between Price Variables (X_1), Brand Associations (X_2), and Distribution (X_3) of the Purchase Decision (Y). and the contribution of all R^2 independent variables by 75.9% to the Purchase Decision (Y). while the remaining 24.1% is influenced by other variables known and not included in this study.

Keywords: Price, Brand Association, Distribution and Purchasing Decisions..

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Asosiasi Merek dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Sparepart Motor Pada PT. Era Agung Lestari. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif dan berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan Skala Interval. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Era Agung Lestari di JABODETABEK dan sampel pada penelitian ini berjumlah 66 responden konsumen sparepart motor pada PT. Era Agung Lestari dengan menggunakan teknik random sampling. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif Statistik, Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolonieritas, Heteroskedastisitas, Autokorelasi), Uji Koefisien Korelasi, Uji Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinan R^2 dengan bantuan Software SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) Harga, Asosiasi Merek, dan Distribusi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Variabel Harga (X_1), Asosiasi Merek (X_2), dan Distribusi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). dan kontribusi semua variable bebas R^2 sebesar 75,9% terhadap Keputusan Pembelian (Y). sedangkan sisanya sebesar 24,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang diketahui dan tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Asosiasi Merek, Distribusi dan Keputusan Pembelian.