

## ABSTRAK

### PENGARUH DIFERENSIASI, PROMOSI, *POSITIONING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PELANGGAN SEPEDA MOTOR DEALER YAMAHA CENTRAL LAUTAN TEDUH TELUK BETUNG, BANDAR LAMPUNG)

Oleh  
**PRAYOGA PANGESTU ALGA**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi, promosi, *positioning* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan sepeda motor studi pada dealer Yamaha central teluk betung, bandar lampung. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei, populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan sepeda motor didealer Yamaha central teluk betung, Bandar Lampung dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara parsial terdapat satu variabel independen yaitu, *Positioning* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor yamaha. Sedangkan variabel pengaruh diferensiasi, promosi dan kualitas produk tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, empat variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Kesimpulan: *positioning* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan sepeda motor yamaha.

**Kata Kunci:** Pengaruh Diferensiasi, Promosi, *Positioning*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.