

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX PADA MASYARAKAT DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Hartawan Mulya Muttaqin**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha NMAX pada masyarakat di kota Bandar Lampung. Metode sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampling terpilih sebanyak 100 pengguna produk sepeda motor Yamaha NMAX. Metode pengolahan data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi dan desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha NMAX dengan nilai  $R^2$  sebesar 59,9% serta variabel yang memberikan pengaruh terbesar yaitu variabel promosi dengan nilai beta sebesar 37,3%. Saran terpenting dalam penelitian ini adalah pihak Yamaha terus melakukan inovasi terbaru pada produk sepeda motor agar tercipta citra perusahaan yang lebih baik sebagai perusahaan dapat tetap hidup dan orang-orang di dalamnya terus mengembangkan kreativitas bahkan memberikan manfaat yang lebih berarti bagi orang lain dan dapat bersaing.

**Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Desain, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION, AND DESIGN ON PURCHASE DECISION OF NMAX YAMAHA MOTORCYCLE IN SOCIETY BANDAR LAMPUNG CITY***

**By**

***Hartawan Mulya Muttaqin***

*This study aimed to determine the effect of product quality, promotion and design on purchasing decisions of Yamaha NMAX motorcycles in society Bandar Lampung city. The sampling method used in this study is non probability sampling with a purposive sampling technique. The number of sampling was chosen by 100 users of Yamaha NMAX motorcycle products. The data processing method used is multiple linear regression.*

*The results of this study indicated that product quality, promotion and design have a significant effect on purchasing decisions of Yamaha NMAX motorcycles with  $R^2$  values of 59.9% and variables that provide the greatest influence, namely promotional variables with beta values of 37.3%. The most important advice in this study is that Yamaha continues to make the latest innovations in motorcycle products to create a better corporate image as the company can stay alive and the people in it continue to develop creativity and even provide benefits that are more meaningful to others and can compete.*

***Keywords: Product Quality, Promotion, Design, Purchase Decision***