

ABSTRAK

Armayanti 2026. Pengaruh Promosi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Astra Motor Honda Cabang Alauddin Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Asriati dan Abdul Mattalib Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi harga dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada Astra Motor Honda Cabang Alauddin Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Astra Motor Honda Cabang Alauddin, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sikap konsumen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, promosi harga dan sikap konsumen mampu memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan keputusan pembelian konsumen pada Astra Motor Honda Cabang Alauddin Kota Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi harga yang diberikan serta semakin positif sikap konsumen, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen terhadap sepeda motor Honda.

Kata Kunci: Promosi Harga, Sikap Konsumen, Keputusan Pembelian.