

## ABSTRAK

**Hasnah. 2018. “Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Motor Merek Kawasaki Pada PT. Diana Indonesia Di Makassar”, Dibimbing oleh : Moh. Aris Pasigai sebagai pembimbing I dan Muh. Nur Rasyid sebagai pembimbing II.**

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menjelaskan pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian motor merek kawasaki pada PT. Diana Indonesia di Makassar.

Sedangkan teknik analisa yang digunakan adalah analisa regresi linear berganda dengan jumlah sampel yang di gunakan sebanyak 50 responden.

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan pengaruh produk terhadap keputusan pembelian adalah signifikan, sedangkan harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian adalah tidak signifikan. Hasil ini diperkuat dengan perolehan koefisien determinasi sebesar 14% yang menunjukkan kontribusi keempat variabel yang dijadikan model penelitian terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk kawasaki pada PT. Diana Indonesia di Makassar. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk kawasaki pada PT. Diana Indonesia di Makassar, sedangkan harga, distribusi dan promosi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk kawasaki pada PT. Diana Indonesia di Makassar. Hal tersebut dapat diindikasikan dengan tingkat signifikan variabel produk tidak melebihi  $\alpha = 5\%$ . Sedangkan variabel harga, distribusi dan promosi melebihi  $\alpha = 5\%$ . Hasil pengujian koefisien regresi parsial menunjukkan variabel produk memiliki nilai koefisien regresi tertinggi. Hal ini menunjukkan variabel tersebut memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk kawasaki pada PT. Diana Indonesia di Makassar.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian.