

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR HONDA (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA STIE SAK)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Syarat untuk
Mendapatkan Gelar Strata Satu Sarjana Ekonomi (S.E)



Disusun Oleh:
FAJAR HENDRI JERVIS
NPM : 1810061201042

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2023**

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIE SAK)**

FAJAR HENDRI JERVIS

Pembimbing Utama Dr. Indra Budaya, S.E., M.M
Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)
Sakti Alam Kerinci,

ABSTRAK

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada mahasiswa STIE SAK secara parsial dan berapa besar pengaruhnya? (2) Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada mahasiswa STIE SAK secara parsial dan berapa besar pengaruhnya? (3) Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada mahasiswa STIE SAK secara parsial dan berapa besar pengaruhnya? (4) Apakah terdapat pengaruh kelengkapan produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada mahasiswa STIE SAK secara simultan dan berapa besar pengaruhnya? Adapun tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada mahasiswa STIE SAK secara parsial dan berapa besar pengaruhnya. (2) Untuk Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada mahasiswa STIE SAK secara parsial dan berapa besar pengaruhnya. (3) Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada mahasiswa STIE SAK secara parsial dan berapa besar pengaruhnya. (4) Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada mahasiswa STIE SAK secara simultan dan berapa besar pengaruhnya. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan kelengkapan produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda oleh mahasiswa STIE SAK. Kelengkapan produk, harga, citra merek secara simultan berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Besar pengaruh adalah 84,8% , sisanya (100% - 84,8% = 15,2%) tidak diketahui.

Kata Kunci: *Kelengkapan Produk, Harga, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian*

**THE INFLUENCE OF PRODUCT COMPLETENESS, PRICE, AND BRAND
IMAGE ON MOTORCYCLE PURCHASE DECISIONS
(CASE STUDY ON STIE SAK STUDENTS)**

FAJAR HENDRI JERVIS

Main Advisor Dr. INDRA BUDAYA, S.E., M.M
School of Economics Management Study Program (STIE)
Sakti Alam Kerinci,

ABSTRACT

The formulation of the problem in this study is (1) Is there a partial effect of product completeness on purchasing decisions for Honda motorcycles for STIE SAK students and how big is the effect? (2) Is there a partial effect of price on purchasing decisions for Honda motorcycles for STIE SAK students and how big is the effect? (3) Is there a partial influence of brand image on purchasing decisions for Honda motorcycles for STIE SAK students and how big is the effect? (4) Is there any effect of product completeness, price, and brand image on the decision to purchase Honda motorcycles at STIE SAK students simultaneously and how big is the effect? The aims of this study are (1) to determine the effect of product completeness on purchasing decisions for Honda motorcycles on STIE SAK students partially and how much of an effect it has. (2) To find out the effect of price on purchasing decisions for Honda motorcycles on STIE SAK students partially and how big the effect is. (3) To determine the effect of brand image on purchasing decisions for Honda motorcycles on STIE SAK students partially and how big the effect is. (4) To determine the effect of product completeness, price, and brand image on the decision to purchase Honda motorcycles at STIE SAK students simultaneously and how big the effect is. The analysis used in this research is descriptive quantitative. The results of the study explain that there is a significant positive effect of product completeness, price, and brand image on the purchase decision of Honda motorcycles by STIE SAK students. Product completeness, price, brand image simultaneously have a significant positive effect on purchasing decisions. The magnitude of the effect is 84.8%, the rest ($100\% - 84.8\% = 15.2\%$) is unknown.

Keywords: *Product Completeness, Price, Brand Image, and Purchase Decision*