

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan di dunia otomotif di Indonesia pada masa ini mengalami peningkatan cukup besar. Pertumbuhan ekonomi yang stabil dan meningkatnya daya beli masyarakat telah mendorong perkembangan pesat di industri otomotif Indonesia. Pertumbuhan pesat sektor otomotif di Indonesia tercermin dalam ekspansi kapasitas produksi dan pengenalan teknologi canggih seperti kendaraan listrik. Industri otomotif di Indonesia menawarkan berbagai varian produk seperti alat transportasi yaitu sepeda motor. Alat transportasi yang cukup banyak kita jumpai salah satunya sepeda motor yang digunakan oleh banyak orang dan sangat penting. Selain itu sepeda motor juga dapat membantu masyarakat untuk melakukan aktifitas dan sebagai roda transportasi yang efisien dalam menunjang aktifitas masyarakat sehari-hari.

PT Astra Honda Motor merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia yang didirikan pada tahun 1971. Produk-produk PT Astra Honda Motor, seperti Vario, Beat, PCX, Supra X, Revo, hingga CBR.

Pada 2010, PT Astra Hoda Motor memperkenalkan *One Heart* atau Satu Hati sebagai filosofi perusahaan, yang mencerminkan hubungan mendalam antara pengendara dan sepeda motornya. PT Astra Hoda Motor mengumumkan penerapan Teknologi Fuel Injection (PGM-FI) secara bertahap pada semua

kendaraan Honda mulai tahun 2011. PT Astra Hoda Motor hanya memproduksi dan memasarkan sepeda motor berteknologi injeksi pada 2013, tetapi karena permintaan sepeda motor Honda meningkat, mereka membangun pabrik keempat di Karawang pada 2014. Pabrik dengan teknologi terkini di dunia.

Meningkatnya permintaan sepeda motor Honda mendorong PT Astra Hoda Motor membangun pabrik keempat di Karawang pada tahun 2014. Pabrik yang menerapkan teknologi terdepan di dunia ini mengalami peningkatan kapasitas produksi, sehingga total kapasitas produksi PT Astra Honda Motor meningkat menjadi 5,3 juta unit per tahun pada 2015. Pada tahun tersebut, PT Astra Hoda Motor juga mencatatkan produksi sepeda motor ke 50 juta, prestasi pertama di industri sepeda motor di Indonesia bahkan ASEAN. PT Astra Hoda Motor juga mulai memasarkan jajaran motor big bike Honda yang dilengkapi layanan premium.

Pada tahun yang sama, PT Astra Hoda Motor berhasil masuk ke pasar motor di luar negeri dengan melakukan ekspor perdana Honda Beat ke Filipina. Ekspor ini kini telah merambah ke mancanegara, dari kawasan Asia hingga Amerika. Pada 2019, untuk pertama kalinya PT Astra Hoda Motor memperkenalkan produk berbasis teknologi listrik melalui Honda PCX Electric. Saat ini permintaan konsumen terhadap sepeda motor semakin hari semakin mengalami peningkatan, dengan tingginya minat masyarakat dapat menimbulkan persaingan ketat antar perusahaan Otomotif, Sehingga Perusahaan Otomotif harus memiliki strategi yang cukup baik dalam

meningkatkan persaingan. Alasan menciptakan produk yang baru dan dapat menarik perhatian konsumen.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Motor Honda

Tahun	Penjualan
2021	217
2022	295
2023	263
Total	775

Sumber : Dealer Honda Anugrah Kencana Motor Palembang, 2024

Berdasarkan data dari AISI (Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia), diperoleh bahwa sekitar 78 persen motor roda dua yang terjual di Indonesia selama 2023 adalah bermerk Honda. Nilai sebesar 78 persen ini mewakili 4,86 juta unit motor Honda yang terjual selama 2023, sehingga sisanya yang sebesar 1,3 juta itu adalah bermerk Yamaha, Kawasaki, dan lainnya. Tren penjualan motor ini juga masih terus meningkat di tahun 2024. Pada bulan Januari 2024 saja, EVP Director AHM Thomas Wijaya menginfokan bahwa sudah terdapat 592,658 unit dan 558,685 unit di bulan Februari motor Honda yang sudah terjual di Indonesia. Jika ditotal, bulan Januari ke Februari saja sudah mencapai 1,1 juta unit motor Honda dibeli oleh berbagai kalangan masyarakat di Indonesia. Sehingga dengan melihat berbagai data di atas, dapat dikatakan bahwa motor Honda masih menguasai pasar motor roda dua di tahun 2023-2024. Jika dibuat turunan analisa berdasar data dan ungkapan di atas, maka penjualan motor Honda berarti memiliki prospek yang sangat

menjanjikan. Maka dari itu ide penghasilan tambahan menjadi agen pembiayaan kredit motor Honda masih sangat prospektif untuk ditekuni pada tahun 2024 ini.

Honda senantiasa memperjual belikan motor yang memiliki kualitas yang tidak dapat ditandingi dan memiliki value maksimal apabila dikaitkan dengan barang-barang yang dihasilkan para kompetitor. Honda menawarkan banyaknya jenis dan desain sepeda motor ke berbagai konsumen dari berbagai kalangan sesuai dengan kebutuhan yang dimilikinya. Sehingga konsumen dapat memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian. (Tannia Dan Yulianthini, 2021)

Tabel 1. 2 Data Pertumbuhan Kendaraan Bermotor Di Indonesia 2021-2022

Jenis Kendaraan	Tahun	
	2021	2022
Sepeda Motor	120.042.298	125.305.332

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2024

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat pertumbuhan industri otomotif di Indonesia mengalami peningkatan. Kendaraan bermotor pada tahun 2021 berjumlah 120.042.298, sedangkan pada tahun 2022 jumlah kendaraan bermotor berjumlah 125.205.332.

Honda menawarkan berbagai varian produk motor yang mencakup berbagai segmen, mulai dari skutik hingga motor sport. Di segmen matic, Honda memiliki model populer seperti Honda Beat, Genio, Vario, dan Scoopy yang dikenal dengan desain stylish serta irit bahan bakar. Untuk segmen motor sport, Honda menawarkan model seperti CBR dan CB150R yang menonjol dengan performa dan kecepatan tinggi. Selain itu, ada juga motor bebek seperti Supra

dan Revo yang cocok untuk kebutuhan harian. Setiap varian motor Honda dirancang dengan teknologi terkini untuk memberikan kenyamanan, keamanan, dan efisiensi dalam berkendara.

PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan sebuah Perusahaan otomotif dengan pemasaran di Indonesia, yang merupakan pengembangan kerjasama antara *Honda Motor Company Limited*, Jepang, dan PT Astra International Tbk, Indonesia. Keunggulan teknologi Honda Motor diakui di seluruh dunia dan telah dibuktikan dalam berbagai kesempatan, baik di jalan raya maupun di lintasan balap. Honda pun mengembangkan teknologi yang mampu menjawab kebutuhan pelanggan yaitu mesin dengan ketahanan yang cukup baik dan irit bahan bakar, sehingga menjadikannya sebagai pelopor kendaraan roda dua yang ekonomis. Dengan keunggulan mesin ketahanan yang cukup baik dan irit bahan bakar, AHM menjadi pelopor tipe kendaraan bermotor yang ekonomis. Selain itu, AHM juga memanjakan konsumen dengan produk-produk berkualitas tinggi yang dirancang oleh tenaga-tenaga ahli. Selain itu, harga jual motor Honda tetap tinggi yang semakin membuat merek Honda semakin unggul. Melalui 3 pabrik perakitan yang masing-masing berlokasi di Sunter (Jakarta Utara), Pegangsaan Dua (Kelapa Gading) dan Cikarang Barat (Bekasi), AHM telah mendistribusikan produk-nya pada 1.800 showroom penjualan, 7.400 gerai suku cadang serta 600 layanan service atau bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) yang tersebar di seluruh Indonesia.

Tabel 1. 3 Harga Produk Motor Honda

Produk Motor Honda	Harga
Honda Beat	Rp18.430.000 – Rp19.830.000
Vario 125	Rp23.310.000 - Rp24.965.000
Vario 160	Rp27.350.000 – Rp31.035.000
CBR150R	Rp38.570.000 - Rp42.000.000

Sumber : Pricelist Honda 2024

Fenomena yang menjadi fokus dari judul skripsi "Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda di Anugrah Kencana Motor Palembang" berhubungan dengan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dalam memilih motor Honda di Anugrah Kencana Motor Palembang. Di tengah persaingan ketat di pasar otomotif, konsumen memiliki berbagai pilihan yang dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti harga yang kompetitif, citra merek Honda yang kuat, kualitas produk yang tinggi, serta lokasi dealer atau tempat pembelian yang strategis dan mudah diakses. Fenomena ini mencerminkan pentingnya memahami preferensi konsumen dan faktor-faktor kunci yang mendorong mereka dalam membuat keputusan pembelian, sehingga perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan di area Palembang.

Memiliki harga yang murah, membuat orang minat untuk membeli produk motor Honda. Menurut Indrasari (2019, h.36) William J. Stanton mengatakan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi produk dan pelayanan yang menyertainya, diukur dengan jumlah

uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut. yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Menurut Indrasari (2019, h.43) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Artinya dealer memberikan harga yang terjangkau sehingga konsumen merasa puas untuk memutuskan Membeli Motor di Dealer Anugrah Kencana Motor Palembang.

Citra merek motor Honda di Indonesia sangat kuat dan positif, didukung oleh reputasi produk yang berkualitas dan handal. Honda dikenal memiliki sepeda motor yang tahan lama, menjadikannya pilihan favorit bagi banyak konsumen. Inovasi teknologi, seperti sistem injeksi dan mesin ramah lingkungan, semakin menarik perhatian pengguna yang peduli dengan efisiensi. Dengan beragam model, mulai dari skuter hingga motor sport, Honda dapat memenuhi kebutuhan berbagai segmen pasar. Dukungan purna jual yang luas dan mudah diakses memberikan rasa aman bagi pemilik motor, sehingga memperkuat loyalitas terhadap merek ini. Selain itu, komunitas pengendara Honda yang aktif menciptakan rasa kebersamaan di antara pengguna, menjadikan Honda bukan hanya sekadar kendaraan, tetapi juga simbol identitas. Menurut Indrasari (2019, h.94) Citra merek merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat merek tertentu. Asosiasi tersebut dengan sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek. Citra merek merupakan respon konsumen terhadap penawaran perusahaan secara keseluruhan. Citra merek

muncul dari pengalaman dan upaya komunikasi hingga penilaian atau pengembangan berlangsung di salah satu atau di kedua hal tersebut. Citra merek yang timbul dari pengalaman memberikan gambaran tentang keterlibatan antara konsumen dan merek. Menurut Indrasari (2019, h.95) memiliki Citra Merek yang positif dapat mempertinggi kepercayaan konsumenterhadap produknya. Jadi membuat konsumen tertarik terhadap produknya dan mendorong konsumen untuk memutuskan pembelian. Honda memiliki Citra merek yang bagus Sehingga pelanggan percaya untuk membeli Di dealer Anugrah Kencana Motor Palembang.

Kualitas produk motor Honda sangat diakui dan merupakan salah satu faktor utama yang membuat merek ini populer di Indonesia. Motor Honda dirancang untuk tahan lama dan dapat diandalkan dalam berbagai kondisi berkendara, menjadikannya pilihan favorit bagi banyak pengguna. Inovasi teknologi yang diterapkan, seperti sistem injeksi dan mesin yang hemat bahan bakar, meningkatkan performa dan efisiensi kendaraan. Proses produksi Honda mengikuti standar ketat, dari pemilihan bahan hingga kontrol kualitas, memastikan setiap unit yang dihasilkan memenuhi spesifikasi yang tinggi. Selain itu, kemudahan dalam perawatan, ketersediaan suku cadang, dan jaringan servis yang luas memberikan kenyamanan bagi pemilik motor. Ulasan positif dari pengguna dan pakar otomotif semakin menguatkan citra kualitas Honda, menjadikannya salah satu pilihan utama di pasar otomotif Indonesia. Menurut Kotler and Armstrong (Dikdik Harjadi et al 2021, h.34) kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform its functions, it*

includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes" yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut Indrasari (2019, h.26) Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk produk yang lain, dari bentuk, ukuran, kualitas produknya, agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli/memutuskan pembelian dari produk tersebut. Honda memberikan Kualitas produk yang bagus sehingga membuat Konsumen membeli produknya.

Lokasi strategis untuk dealer motor Honda di Anugrah Kencana Motor Palembang yang berada di pusat kota, yang memudahkan konsumen untuk mengakses layanan dan produk. Dealer yang terletak di area komersial atau dekat pusat perbelanjaan menarik banyak pengunjung, sementara lokasi di pinggir jalan utama atau jalan raya lebih terlihat oleh pengendara, meningkatkan peluang penjualan. Selain itu, dealer yang berada dekat dengan kawasan perumahan memudahkan masyarakat setempat untuk melakukan pembelian atau perawatan motor. Lokasi yang dekat dengan institusi pendidikan, seperti sekolah atau kampus, juga menarik kalangan mahasiswa dan pelajar yang membutuhkan kendaraan. Kombinasi faktor-faktor ini membuat dealer di lokasi-lokasi tersebut lebih sukses dalam menarik pelanggan. Menurut (Syariffudin 2022, h.84) tempat atau lokasi merupakan salah satu faktor penentu bisnis. Tempat atau lokasi merupakan salah satu

faktor penentu bisnis. Karenanya pilihlah lokasi yang tepat atau yang pas. Maksudnya pilihlah lokasi yang strategis dan benar. Tempat yang strategis sehingga membuat pelanggan Mudah untuk menjangkau Dealer tersebut. Menurut Indrasari (2019, h.74) Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan di kunjungi, setiap pembeli mempunyai pertimbangan yang berbeda beda dalam hal penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi. Lokasi dealer di Anugrah Kencana Motor Palembang cukup strategis dan mudah untuk ditemukan.

Menurut Indrasari (2019, h.70) Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Keputusan pembelian adalah pemikiran di mana individu mengevaluasi sebagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Dealer tersebut memberikan Harga yang terjangkau, Citra Merek yang baik, Kualitas yang baik, dan Lokasi yang strategis untuk membuat menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Putu Vivin Tannia et al., 2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda” berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa (1) kualitas produk, desain produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) desain

produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (4) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Arga Naafi Pratama et al.,2022) yang berjudul "Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (studi pada pengguna sepeda motor Honda Scoopy di Semarang)" Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan mengenai pengaruh iklan, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi pada pengguna sepeda motor Honda Scoopy di Semarang). Maka bisa disimpulkan sebagai berikut :

(1) Iklan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berarti sebaik, sebagus apapun iklan Honda Scoopy tidak akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (2) Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik citra merek yang bisa dibuat oleh Honda Scoopy, maka semakin memudahkan konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, dapat meningkatkan keputusan Pembelian. (3) Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa sebaik apapun kualitas yang dimiliki sepeda motor Honda Scoopy tidak akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sulistyo Budi Utomo , 2021) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi

Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat (Studi Kasus Pada Masyarakat Wadungasri Sidoarjo)" Berdasarkan rumusan masalah serta dari hasil analisis data dan pembahasan, maka temuan penelitian dapat menyimpulkan sebagai berikut: (1) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kualitas produk memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Semakin tinggi penetapan harga yang diterapkan Honda Beat dengan tujuan penetapan suatu kualitas produk akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen. (2) Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Harga berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Pembelian. Dengan pelayanan dan memberikan sebuah kualitas produk yang dibutuhkan dan bisa juga menunjang dalam gaya hidup, citra merek dari produk Honda Beat oleh konsumen akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. (3) Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Promosi berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Pembelian. Semakin memproduksi jenis sepeda motor yang inovatif dan mengikuti perkembangan teknologi dari kualitas produk Honda Beat maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen. (4) Hasil penelitian ini menunjukkan variabel Lokasi berpengaruh signifikan positif terhadap Keputusan Pembelian. Semakin efektif dan efisien penempatan lokasi maka konsumen akan semakin mudah untuk melakukan keputusan pembelian terhadap Honda Beat, dikarenakan jika memiliki tempat yang sangat strategis dealer Honda akan bisa memaksimalkan penjualan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nova Kurnia Dewi Lestari et al, 2020) yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan

Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat". Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut : (1) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat. Hal ini berarti semakin baik citra merek dimata mahasiswa maka akan menciptakan keputusan pembelian. (2) Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat. Hal ini berarti dengan memberikan desain produk yang elegan akan menciptakan keputusan pembelian. (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat. hal ini berarti dengan memberikan harga yang terjangkau akan menciptakan keputusan pembelian. (4) Citra Merek, Desain Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat. Hal ini berarti Citra merek, desain produk dan harga merupakan penentu keputusan pembelian sepeda motor Honda beat yang artinya semakin baik citra merek yang ditawarkan, desain produk yang elegan dan harga yang terjangkau akan menciptakan keputusan pembelian sepeda motor Honda beat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan et al, 2021) yang berjudul "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda "Scoopy" Di Kota Tangerang" Penelitian ini menguji hipotesis tentang pengaruh citra merek, kualitas produk, serta persepsi harga yang dirasakan dalam sebuah keputusan pembelian. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan selama ini, maka dapat ditarik

kesimpulan sebagai berikut : (1) Kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk memegang pengaruh positif dan berkontribusi besar pada keputusan membeli sepeda motor Honda “Scoopy”. Hal tersebut juga membuktikan bahwa H1 diterima. (2) Citra merek mempengaruhi keputusan pembelian. Citra merek mempunyai pengaruh positif namun masih lebih rendah dari kualitas produk dalam pembelian sepeda motor Honda “Scoopy”. Citra merek membuktikan bahwa H1 diterima. (3) Persepsi harga mempengaruhi keputusan pembelian. Persepsi harga memiliki pengaruh positif pada pembelian sepeda motor Honda “Scoopy” sehingga H1 diterima. Persepsi harga terhadap keputusan pembelian Honda “Scoopy” memiliki pengaruh yang paling rendah dibandingkan variabel lainnya. Perusahaan sepeda motor merk Honda perlu memperhatikan faktor-faktor yang memiliki pengaruh pada pembelian konsumen. Faktor yang paling berpengaruh pada pembelian konsumen yakni kualitas produk. Penelitian ini menganjurkan sepeda motor merk Honda untuk mempertahankan kualitas produknya. Hal ini bertujuan untuk peningkatan penjualan bahkan mempertahankan citra merek dari Honda itu sendiri.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Arifuddin et al., 2023) yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat". Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda beat pada PT. Daya Anugrah Mandiri Cabang Parepare. Hal ini dibuktikan dengan

membandingkan statistik hitung dengan statistik tabel berdasarkan hasil uji t, diketahui $t_{hitung} 5,006 \geq t_{tabel} (2,085)$ dan probabilitas signifikan sebesar $(0,000) \leq \alpha (0,05)$ maka dapat dikatakan bahwa variable promosi (X3) secara parsial mempengaruhi variable keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan Penelitian Yang Dilakukan Oleh (Putra Et Al,2023) Yang Berjudul “The Influence Of Product Quality, Product Design And Brand Image On The Purchase Decision Of Honda Beat Motorcycle Dealer Nusantara Sakti West Jakarta” Berdasarkan Hasil Penelitian Tentang Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. Maka Diperoleh Beberapa Simpulan Sebagai Berikut: 1. Kualitas Produk Tidak Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Dealer Nusantara Sakti Jakarta Barat. 2. Desain Produk Tidak Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Dealer Nusantara Sakti Jakarta Barat. 3. Citra Merek Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Dealer Nusantara Sakti Jakarta Barat.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah penelitian diatas maka dapat diajukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Di Anugrah Kencana Motor Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh harga, citra merek, kualitas produk dan Lokasi terhadap keputusan pembelian produk motor Honda di Anugrah Kencana Motor Palembang secara Simultan?
2. Bagaimana pengaruh harga, citra merek, kualitas produk dan Lokasi terhadap keputusan pembelian produk motor Honda di Anugrah Kencana Motor Palembang secara Parsial?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka didapatkan Ruang Lingkup Penelitian adalah Pengaruh harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan pembelian produk motor honda di Anugrah Kencana Motor Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Menganalisis Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Lokasi Secara Simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Honda Anugrah Kencana Motor Palembang
2. Menganalisis Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Lokasi Secara Parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Honda Anugrah Kencana Motor Palembang

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis : untuk memberikan pengetahuan mengenai interaksi dari pengaruh harga, citra merek, kualitas produk, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian produk motor Honda.
2. Manfaat Bagi Penulis : untuk memberikan pengetahuan yang signifikan dalam bidang pemasaran dan manajemen dengan mendalami pengaruh harga, citra merek, kualitas produk, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian produk motor Honda serta memperluas pemahaman mereka tentang dinamika pasar otomotif dan strategi pemasaran yang relevan.
3. Manfaat Bagi Penjual : untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana harga, citra merek, kualitas produk, dan Lokasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terkait produk motor Honda yang dapat membantu penjual untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, mengoptimalkan Lokasi mereka, dan meningkatkan daya saing produk Honda di pasar otomotif.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan membahas tentang teori-teori yang digunakan dalam melakukan penelitian dalam menganalisis masalah. Teori yang tercantum dalam bab ini antara lain teori harga, teori citra merek, Teori Kualitas Produk Dan Teori Lokasi pada produk motor honda di Palembang

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan membahas tentang pendekatan yang digunakan dalam melakukan penelitian ini, populasi, jenis data yang digunakan dalam penelitian, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan membahas tentang pengolahan data yang telah di peroleh berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang di teliti. Pada bab ini juga terdapat gamabaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis menarik kesimpulan dan memeberikan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.