

ABSTRAK

Dengan metode analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa Country of origin, merek, dan harga secara serentak mempunyai pengaruh terhadap niat beli sepeda motor honda “vario” di Klaten. Country of origin dan harga secara parsial mempunyai pengaruh niat beli sepeda motor honda “vario” di Klaten, tetapi variabel merek kurang mempunyai pengaruh terhadap niat beli. Maka selanjutnya dapat diusulkan saran yang bermanfaat yang berkaitan dengan pengaruh country of origin, merek dan harga pada perusahaan, sebaiknya agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen dan selalu mengevaluasi produk yang dikeluarkan hingga mencapai kualitas produk tersebut. Serta harga yang terjangkau kualitas, dan dengan cara pembayaran yang mudah tidak membebankan pada konsumen. Perusahaan harus tetap mempertahankan merek karena terbukti pada hasil penelitian merek terhadap perusahaan tinggi atas informasi yang diberikan perusahaan, merek terhadap perusahaan yang selalu siap menanggapi keluhan pelanggan dan merek karena perusahaan selalu memenuhi janjinya kepada konsumen. Dengan demikian niat beli konsumen dapat ditingkatkan.

Kata kunci: Country Of Origin, Merek, Harga, Niat Beli, Honda “vario”