

**Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek dan Kualitas Produk, terhadap
Keputusan Pembelian *Sparepart* Astra Honda Motor (AHM)
di Toko HEPS Klaten.**

MOZA ZEAL RAMADHAN

141140248

**Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
Mozazeal07@gmail.com**

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek dan Kualitas Produk, terhadap Keputusan Pembelian *Sparepart* Astra Honda Motor (AHM) Di Toko HEPS Klaten..Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Konsumen yang membeli *Sparepart* Astra Honda Motor (AHM) di Toko HEPS Klaten. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria: Konsumen yang pernah membeli minimal dari dua kali *Sparepart* Astra Honda Motor (AHM) di Toko HEPS Klaten. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Harga, Promosi, Citra Merek dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Sparepart* Astra Honda Motor (AHM) Di Toko HEPS Klaten pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan nilai R Square sebesar 0.784, artinya 78.4% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen (Harga, Promosi, Citra Merek dan Kualitas Produk) dan sisanya yaitu 21.6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, ketiga variabel independen yang terdiri dari Harga, Promosi, Citra Merek dan Kualitas Produk bernilai positif dan signifikan

Kata kunci: Harga, Promosi, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian