

Abstrak:

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk Mengetahui Apakah Gaya Hidup Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor N-Max Di Kota Ternate (2) Untuk Mengetahui Apakah Citra Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor N-Max Di Kota Ternate (3) Untuk Mengetahui Apakah Kelompok Referensi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor N-Max Di Kota Ternate (4) Untuk Mengetahui Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Kelompok Referensi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor N-Max Di Kota Ternate. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 112 responden dari seluruh konsumen yang menggunakan motor Yamaha N Max di Kota Ternate.

Alat uji yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan Statistical package for social scientist (SPSS) 25 sebagai alat uji statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha N-Max di Kota Ternate ini berarti bahwa gaya hidup mampu menciptakan dan mempengaruhi keputusan pembelian (2) Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha N-Max di Kota Ternate, artinya perusahaan belum mampu secara maksimal menciptakan citra merek yang bagus untuk produk motor Yamaha N-Max. (3) Kelompok Referensi berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Motor Yamaha N-Max di Kota Ternate. Artinya kelompok referensi mengerti secara mendetail dan membagikan pengalaman mereka hingga mampu mempengaruhi kelompok referensi dalam pengambilan keputusan. (4) Gaya Hidup, Citra Merek dan Kelompok Referensi berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha N-Max di Kota Ternate.

Kata Kunci: GAYA HIDUP, CITRA MEREK, KELOMPOK REFERENSI, KEPUTUSAN PEMBELIAN

Abstract:

The aims of this research are: (1) To find out whether lifestyle influences the decision to purchase an N-Max motorbike in Ternate City (2) To find out whether brand image influences the decision to purchase an N-Max motorbike in Ternate City (3) To find out whether Reference Groups Influence the Decision to Purchase an N-Max Motorcycle in Ternate City (4) To find out how lifestyle, brand image, and reference group influence the decision to purchase an N-Max motorbike in Ternate City. The number of samples in this research was 112 respondents from all consumers who use Yamaha N Max motorbikes in Ternate City.

The test tool used is multiple regression analysis using the Statistical Package for Social Scientists (SPSS) 25 as a statistical test tool. The results of this research show: (1) Lifestyle influences the decision to purchase a Yamaha N-Max motorbike in Ternate City. This means that lifestyle is able to create and influence purchasing decisions (2) Brand Image does not influence the decision to purchase a Yamaha N-Max motorbike in the city Ternate, meaning that the company has not been able to optimally create a good brand image for Yamaha N-Max motorbike products. (3) The reference group influences the decision to purchase a Yamaha N-Max motorbike in Ternate City. This means that the reference group understands in detail and shares their experiences so that they are able to influence the reference group in making decisions. (4) Lifestyle, Brand Image and Reference Group influence the decision to purchase a Yamaha N-Max motorbike in Ternate City.

Keywords: LIFESTYLE, BRAND IMAGE, REFERENCE GROUPS, PURCHASE DECISIONS