

ABSTRAK

Sepeda motor honda *Beat* merupakan sepeda motor *matic* yang jumlah penjualannya tertinggi diantara sepeda motor *matic* lainnya, hal ini dibuktikan dengan sepeda motor Honda *Beat* memperoleh *Best Brand* selama 5 tahun berturut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen pembeli sepeda motor honda *Beat* di Dealer Motor Honda Prima Pemalang.

Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh pelanggan pada dealer Honda Prima Pemalang yang membeli sepeda motor Honda *Beat* pada bulan Januari sampai dengan September 2023 sebanyak 2399 pelanggan. Dengan menggunakan *purposive sampling* untuk teknik penarikan sampel di penelitian ini dengan kriteria yang memenuhi syarat-syarat tertentu. Sampel yang digunakan ditentukan dengan rumus *slovin* total sampel adalah 96 sampel. Pengumpulan data dengan cara penyebaran kuisioner langsung dengan metode wawancara. Skala yang digunakan adalah skala *linkert*.

Penelitian ini menggunakan alat analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 27.0. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel daya tarik iklan, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian. Pengaruh daya tarik iklan, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 74,4%. Sisanya sebesar 25,6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model.

Kata Kunci: Daya Tarik Iklan, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian

