

ABSTRAKSI

Saat ini banyak produsen yang memproduksi dan menjual berbagai merek sepeda motor, karena untuk memenuhi kebutuhan orang terhadap sepeda motor yang semakin meningkat. Saat ini Kawasaki menawarkan berbagai jenis sepeda motor merek Kawasaki, seperti sport dengan merek Kawasaki Ninja. Keputusan pembelian terhadap Kawasaki Ninja dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti produk, persepsi harga, promosi dan layanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk, persepsi harga, promosi dan layanan terhadap keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Kawasaki Ninja di PT. Sinar Gemala Sakti, Jl. Sultan Agung No. 115 D/E, Semarang yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : **(1).** Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. **(2).** Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. **(3).** Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. **(4).** Layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci : Produk, Persepsi Harga, Promosi, Layanan, Keputusan Pembelian