

**PENGARUH DESAIN PRODUK, *POSITIONING*, DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA PADA
UD. KARUNIA SEJAHTERA MOTOR LUMAJANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Muhammad Husni Rijal Khusyairi

NIM. 214121711

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2018

**PENGARUH DESAIN PRODUK, *POSITIONING*, DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA PADA
UD. KARUNIA SEJAHTERA MOTOR LUMAJANG**

Abstrak

Dealer Karunia Sejahtera Motor merupakan salah satu dealer sepeda motor Honda yang bernaungan pada PT. Mitra Pinasthika Mulia. Dimana dealer Karunia Sejahtera Motor ini memiliki dealer pusat yang terletak di Jl. Ambulu No.20 Balung Kecamatan Jember yang didirikan pada tahun 1996. Karena penjualan pada dealer pusat dirasa cukup sukses maka owner membuka cabang di beberapa tempat yaitu di Tanggul, di Jember dan salah satunya juga di Lumajang. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk, *positioning*, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian Honda pada UD. Karunia sejahtera Motor Lumajang secara parsial dan simultan, dan untuk mengetahui variabel mana diantara variabel independen yaitu desain produk, *positioning* dan *word of mouth* yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Jumlah responden 40 orang yang melakukan pembelian pada UD. Karunia Sejahtera Motor Lumajang. Dengan metode analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial hanya *positioning* dan *word of mouth* yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan desain produk, *positioning*, dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk variabel independen yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu *word of mouth*.

Kata Kunci: Desain Produk, *Positioning*, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian

EFFECT OF PRODUCT DESIGN, POSITIONING, AND WORD OF MOUTH ON DECISION OF HONDA PURCHASE ON UD. KARUNIA SEJAHTERA MOTOR LUMAJANG

Abstract

Dealers Karunia Sejahtera Motor is one of the Honda motorcycle dealers who shelter at PT. Mitra Pinasthika Mulia. Where the dealer of Karunia Sejahtera Motor has a dealer center located on Jl. Ambulu No.20 Balung, Jember which was established in 1996. Because the sales at the central dealers are considered quite successful then the owner opened a branch in several places, namely in Tanggul, in Jember and one of them also in Lumajang. The purpose of this research is to know the effect of product design, positioning, and word of mouth on purchasing decision of Honda at UD. Karunia sejahtera Motor Lumajang partially and simultaneously, and to know which variable among independent variable that is product design, positioning and word of mouth which have dominant influence to dependent variable that is purchasing decision. Number of respondents 40 people who make purchases at UD. Karunia Sejahtera Motor Lumajang. With multiple linear regression analysis method, the result of research shows that partially only positioning and word of mouth influence to purchase decision. While the product design has no effect on purchasing decisions. Simultaneously product design, positioning, and word of mouth influence to purchasing decision. For independent variables that affect the dominant dependent variable that is word of mouth.

Keyword: Product Design, Positioning, Word of Mouth, Purchasing Decisions

