

ABSTRAK

Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta merupakan provinsi yang padat akan penduduk, produktivitas yang tinggi, serta tidak terlepas dari kondisi kemacetan setiap harinya. Masyarakat DKI Jakarta memerlukan alat transportasi yang dapat membantu mereka dalam menghindari kemacetan yang terjadi. Terdapat berbagai macam perilaku konsumen dari masyarakat DKI Jakarta. Perilaku konsumen tersebut yang kemudian menjadi faktor dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen Astra Motor Jakarta yang dapat menjadi pendorong keputusan pembelian sepeda motor Honda, untuk mengetahui keputusan pembelian sepeda motor Honda, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner dan diolah menggunakan metode analisis regresi linier sederhana. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 400 responden dengan menggunakan teknik sampling aksidental.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana, perilaku konsumen Astra Motor Jakarta termasuk dalam kategori baik dengan persentase sebesar 72.1%. keputusan pembelian sepeda motor Honda berada pada kategori baik dengan persentase sebesar 76.3%. Perilaku konsumen memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian yakni sebesar 40.1% sedangkan terdapat faktor lain di luar variabel yang diteliti penulis yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 59.9%.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Keputusan Sepeda Motor, Kemacetan, Sepeda Motor, Honda