

ABSTRAK

Nama : Isma Yulianti
Progrm Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh iklan, penjualan pribadi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek honda beat di kota lhokseumawe.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh Iklan, Penjualan Pribadi dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Beat di Kota Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian dalam bentuk kuisisioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Regresi Linier Berganda yang diolah menggunakan bantuan program SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel Iklan (X1), variabel Penjualan Pribadi dan variabel *word of mouth* (X3) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) sepeda motor Honda Beat Di Kota Lhokseumawe. Sedangkan secara simultan variabel iklan (X1), penjualan pribadi (X2) dan *Word Of Mouth* (X3) bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Lhokseumawe. Nilai R^2 (determinasi) adalah sebesar 0,637, artinya variabel keputusan pembeli mampu dijelaskan oleh variabel Iklan, Penjualan Pribadi dan *Word Of Mouth* sebesar 63,7%.

Kata kunci: Iklan, Penjualan Pribadi, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembeli, Regresi Linier Berganda

ABSTARCT

Nama : Isma Yulianti
Progrm Studi : Manajemen
Judul : *The Influence Of Advertising, Personal Sales, and Word Of Mouth On The Purchasing Decisions Of Honda Beat Motorcycles In The City Of Lhokseumawe*

This research was conducted with the aim of determining the influence of advertising, personal sales, and word of mouth on the purchasing decisions of Honda Beat motorcycles in the city of Lhokseumawe. The study used primary data obtained from questionnaire results. The data analysis method employed in this research was the multiple linear regression model processed useng the SPSS 22 program. The results of the study indicate that partially, the variables of Advertising (X1), Pesonal Sales (X2) and Word Of Mouth (X3) have a positive influence on the Purchasing Decision(Y) of Honda Beat motorcycles in the city of Lhokseumawe. Meanwhile, simultaneously, the variables of Advertising (X1), Personal Sales (X2), and Word Of Mouth (X3) collectively affect the variable of purchasing decisions for Honda Beat motorcycles in the City of Lhokseumawe. The R^2 value (determination) is 0,637, meaning that 63,7% of the variability in the Purchasing Decision variable can be explained by the variables of Advertising, Personal Sales, and Woerd Of Mouth.

Keywords: *Advertising, Personal Sales Word Of Mouth , Buyer Dicision. Multiple Linear Regression.*