

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH DISKON, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HONDA DI PT ISTANA DELI KENCANA (IDK) I MEDAN

Dalam penelitian ini dilatarbelakangi dengan penurunan keputusan pembelian yang disinyalir disebabkan oleh diskon, promosi dan kepercayaan yang belum optimal. Dalam penelitian ini menggunakan deskriptif dengan jumlah populasi dan sampel sebanyak 93 konsumen. Hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa Diskon berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda di PT Istana Deli Kencana (IDK) I Medan. Hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda di PT Istana Deli Kencana (IDK) I Medan. Hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa Kepercayaan Konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda di PT Istana Deli Kencana (IDK) I Medan. Hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa Diskon, Promosi dan Kepercayaan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda di PT Istana Deli Kencana (IDK) I Medan. Nilai R-squared menunjukkan angka sebesar 0,324. Hal ini menunjukkan bahwa variabel diskon, promosi dan kepercayaan konsumen memberikan kontribusi sebesar 32,4% terhadap keputusan pembelian, sedangkan faktor lainnya sebesar 67,6%.

***Kata kunci* : Diskon, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian**