

## ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul “ **MODEL PENINGKATAN KEPUASAN KONSUMEN BERBASIS DAYA TARIK IKLAN, *TRUST* DAN DAYA TARIK PRODUK MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SKUTER MATIK HONDA (Studi Kasus Pada Konsumen Skuter Matik Honda di Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang)**”, didasarkan pada hasil pengamatan di daerah Pringapus dan sekitarnya. Hasil pengamatan atau observasi awal menunjukkan bahwa jumlah pengguna Skuter Matik Honda di daerah tersebut tergolong besar

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara Daya Tarik Iklan, *Trust*, Daya Tarik Produk, melalui Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen pengguna Skuter Matik Honda di kecamatan Pringapus kabupaten Semarang.

Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dengan 100 responden. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna skuter matik Honda di kecamatan Pringapus kabupaten Semarang. Kemudian data dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, dan uji kelayakan model.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan nilai *p-value*  $0.011 < 0.05$ , terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara *Trust* terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan nilai *p-value*  $0.045 < 0.05$ , terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Daya Tarik Produk terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan nilai *p-value*  $0,000 < 0.05$ , terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen yang ditunjukkan nilai *p-value*  $0,000 < 0,05$ .

***Kata Kunci : Daya Tarik Iklan, Trust, Daya Tarik Produk, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen***

## ABSTRACT

This study with entitled “ **MODEL PENINGKATAN KEPUASAN KONSUMEN BERBASIS DAYA TARIK IKLAN, *TRUST* DAN DAYA TARIK PRODUK MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SKUTER MATIK HONDA (Studi Kasus Pada Konsumen Skuter Matik Honda di Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang)**” based on the findings of the observation in Pringapus and surrounding areas. Preliminary observations indicate that the number of users Scooters Matic Honda in the area is relatively big.

This study aims to examine the correlation between Fascination of Advertising, Trust, Fascination of Products, through Purchasing Decision with Customer Satisfaction scooter matic users in Pringapus area.

This study used accidental sampling technique with 100 respondents. Respondents in this study were users of scooter matic Honda in disctric of Pringapus. Then the data were analyzed by using the validity and reliability test, the classic assumption test, linear analysis, and test the feasibility of the model.

The Results showed that the effects are positive and significant correlation between the Fascination of Advertising to the Purchasing Decision with indicated of p-value  $0.011 < 0.05$ . There is positive and significant correlation between the Trust to the Purchasing Decision with indicated of p-value  $0.045 < 0.05$ . There is positive and significant correlation between the Fascination of Products to the Purchasing Decision with indicated of p-value  $0.000 < 0.05$ . There is positive and significant correlation between Purchasing Decision to the Consumer Satisfaction with indicated p-value  $0.000 < 0.05$ .

***Keyword : Fascination of Advertising , Trust, Fascination of Products, Purchasing Decision, Consumer Satisfaction***