

**HALAMAN. PENGARUH KARAKTERISTIK KONSUMEN, KUALITAS
PRODUK, *BRAND TRUST* DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
SEPEDA MOTOR YAMAHA N-MAX (Survey di Asrama Lanud Adi
Soemarmo Surakarta)**

ADITYA CHININTYAWAN KAYOHAKICKY

17130266

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik konsumen, kualitas produk, *brand trust*, harga terhadap minat beli sepeda motor Yamaha N-Max. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen sepeda motor Yamaha N-Max di Asrama Lanud Adi Soemarmo Surakarta tahun 2021. Teknik pengambilan sampel menggunakan *total sampling* dengan pertimbangan konsumen sepeda motor Yamaha N-Max. Sampel konsumen sepeda motor Yamaha N-Max sejumlah 136 responden yang dimana teknik penentuan sampel berdasarkan bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang didasarkan pada kriteria skala *Likert*. Analisis data melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan uji-t, dan koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan SPSS versi 15. Hasil penelitian ditemukan bahwa secara parsial karakteristik konsumen, kualitas produk, dan harga berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli sepeda motor Yamaha N-Max dan *brand trust* tidak berpengaruh terhadap minat beli sepeda motor Yamaha N-Max.

Kata kunci : *karakteristik konsumen, kualitas produk, brand trust, harga, minat beli*