

ABSTRAK

Sepeda motor bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia terutama di Bekasi adalah transportasi utama, hal ini terjadi karena semakin tingginya jumlah transportasi yang dibutuhkan untuk mendukung mobilitas, selain sepeda motor juga diklaim lebih cepat dan efisien. Sepeda motor tidak hanya dilihat sebagai kendaraan, tetapi juga sebagai gaya hidup seperti Kawasaki Ninja 250, salah satu produk dari Kawasaki Company. Kawasaki adalah salah satu merek terkemuka PT. Kawasaki Motor Indonesia yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur, memasok suku cadang, dan aksesoris dari kendaraan roda dua.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan, hal ini dapat terjadi karena kemajuan cepat sepeda motor dan teknologi informasi yang menyebabkan persaingan di antara pabrik-pabrik untuk menarik minat konsumen yang semakin ketat. Oleh karena itu, dalam makalah ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat di Bekasi dalam proses keputusan pembelian Kawasaki Ninja 250. Penelitian menggunakan metode teknik pengambilan sampel purposive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode Produk variabel yang digunakan menggunakan metode Analisis Faktor dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah orang-orang yang tinggal di Bekasi dan menggunakan Kawasaki Ninja 250 sebanyak 100 responden dipilih oleh Performance, Society, Motivation, and Compatibility memiliki signifikan positif untuk mempengaruhi orang-orang di Bekasi untuk membeli Kawasaki Ninja 250.

Kata kunci: *Sepeda Motor Kawasaki 250, Keputusan Pembelian, Analisis Faktor*