

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang cukup besar terhadap pertumbuhan diberbagai bidang usaha, dunia usaha dituntut untuk mengikuti zaman. Salah satu bidang yang pertumbuhannya pesat yaitu dunia otomotif khususnya sepeda motor. Meningkatnya kebutuhan, menyebabkan adanya opsi kedua pembelian. Sepeda motor bekas menjadi pilihan konsumen untuk mengurangi pengeluaran. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor bekas di Citra Motor dan untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor bekas di Citra Motor.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan analisis faktor. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan sub teknik sampling yaitu sampling insidental. Kuesioner dibagikan kepada 50 responden yaitu pembeli sepeda motor bekas di *showroom* Citra Motor. Penelitian ini menggunakan *Principal Component Analysis (PCA)* dalam melakukan analisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat enam subfaktor yang terbentuk dari proses analisis faktor. Keenam subfaktor tersebut antara lain *product choice* 97%, *dealer choice* 92,5%, *payment method* 92,2%, *brand choice* 89,8%, *purchase timing* 88% dan *purchase amount* 87,5%. Subfaktor yang paling dominan adalah subfaktor *product choice* dengan nilai *factor loading* 97%.

**Kata kunci:** keputusan pembelian, *product choice*, *brand choice*, *dealer choice*, *purchase amount*, *purchase timing*, *payment method*