

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA**

(Studi pada Konsumen Honda di Kota Pekalongan)

Diah Nurul Ariani
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada konsumen di kota Pekalongan. Populasi dalam ini adalah pengguna sepeda motor Honda di kota Pekalongan, sampel dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda motor Honda dari tahun 2014-2019 dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel adalah teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek simultan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda, kualitas produk secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda, sedangkan citra merek secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON
PURCHASE DECISION OF HONDA MOTORCYCLE**

Study on Honda Consumers in Pekalongan City

Diah Nurul Ariani
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2019

This study aims to determine the influence of product quality and brand image on purchasing decisions of Honda motorcycles for consumers in Pekalongan. The population in this study were Honda motorcycle users in the city of Pekalongan, the samples in this study were Honda motorcycle users from 2014-2019 with a sample of 100 respondents. The sampling technique is purposive sampling technique. The data collection technique used was a questionnaire. The method of data analysis uses multiple linear regression analysis techniques, classical assumption test, F test, t test. The result showed that (1) the product quality and brand image simultaneously significantly influenced the purchase decisions of Honda motorcycles, (2) the product quality partially and significantly influenced the purchasing decisions of Honda motorcycles, while the brand image partially did not influence the purchasing decisions of Honda motorcycles.

Keywords : Product Quality, Brand Image, Purchasing Decision.