

***The Influence of Product Quality, Brand Image, Price on Purchase
Decisions of Honda Beat Brand Motorcycles***

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality, brand image and price on purchasing decisions of Honda Beat motorcycles. The type of data in this study uses quantitative data. In this study, the data sources to be analyzed were primary data. The population in this study were students at the Jakarta Veterans National Development University. The sampling technique used in this study is based on a non-probability sampling method using a purposive sampling approach. This study involved 120 respondents who were students who owned motorcycles with the Honda Beat brand. The data collected in this study came from questionnaires which were distributed in the form of a Google form. The questionnaire in this study was assisted by a Likert scale measurement. The results showed that (1) product quality influences the decision to purchase a Honda Beat brand motorcycle for students of the Faculty of Economics and Business, (2) brand image influences the decision to purchase a Honda Beat brand motorcycle for students of the Faculty of Economics and Business, (3) price influences the decision to purchase a Honda Beat motorcycle for students of the Faculty of Economics and Business.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Beat

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Beat. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Pada penelitian ini sumber data yang akan dianalisis dilakukan pada data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini didasarkan pada metode *non probability sampling* dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini melibatkan 120 responden yang merupakan mahasiswa yang memiliki sepeda motor dengan merek Honda Beat. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari keusioner yang disebarakan dalam bentuk *google form*. Kuesioner dalam penelitian ini dibantu dengan pengukuran skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Beat pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, (2) citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Beat pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, (3) harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Beat pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian