

*Analysis of Purchasing Decisions of Suzuki Motorcycle Consumers in DKI  
Jakarta*

*By: Sapto Eka Prasetya*

*Abstract*

*This research is a quantitative study that aims to determine the effect of product quality, brand image and promotion on consumer purchasing decisions for Suzuki motorbikes. The population and sample in this study are Suzuki motorcycle consumers who live in the DKI Jakarta area and participate in the Suzuki motorcycle purchasing decision process and Suzuki motorcycle consumers who are more than 17 years old. The sample method used in this study is purposive sampling method in accordance with certain criteria and the sample set in this study amounted to 100. Hypothesis testing using bootstrapping and data processed using SmartPLS version 3.2.8 software. Based on the hypothesis test generated after data processing, namely (1) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, (3) promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

*Keywords: Product quality, brand image, promotion, and purchase decision*

# **Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Motor Suzuki di DKI Jakarta**

**Oleh: Sapto Eka Prasetya**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen motor Suzuki. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen motor Suzuki yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta dan ikut serta dalam proses keputusan pembelian motor Suzuki lalu konsumen motor Suzuki yang berusia lebih dari 17 tahun. Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *purposive sampling* sesuai dengan kriteria tertentu dan sampel yang ditetapkan pada penelitian ini berjumlah 100. Pengujian hipotesis menggunakan *bootstrapping* dan data diolah menggunakan Software SmartPLS versi 3.2.8. Berdasarkan uji hipotesis yang dihasilkan setelah olah data yaitu (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas produk, citra merek, promosi, dan keputusan pembelian.