

***EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND BRAND IMAGE A  
PURCHASE DECISION OF YAMAHA N-MAX 150CC IN JAGAKARSA  
DISTRICT SOUTH JAKARTA***

**By**

**Amalia Adeline**

***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the effect of product quality, price and brand image on purchasing decisions. Population in this research is citizen in Jagakarsa District with 80 respondents using non probability sampling method using purposive sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that (1) Product quality assumes the purchase decision of the value of sig 0.000. (2) Price has no significant effect to purchase decision with value of sig 0.237. (3) Brand image has significant effect on purchasing decision with value of sig 0.003.*

**Keywords:** *Product quality, Price, Brand Image and Purchase Decision.*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR  
YAMAHA N-MAX 150CC DI WILAYAH KECAMATAN  
JAGAKARSA JAKARTA SELATAN**

**Oleh**

**Amalia Adeline**

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah warga di wilayah Kecamatan Jagakarsa dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 80 orang responden, dengan metode *non probability sampling* menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig 0.000. (2) Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig 0.237. (3) Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig 0.003.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian.