

**Effect of Product Quality, Prices and advertisements on the
decision to purchase Yamaha V-Ixion Motorcycles
(Case Study in Cipedak South Jakarta)**

By Jafisman Taufan Fikri

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality, price and advertising on purchasing decisions of Yamaha V-Ixion motorcycles. The population in this study was the motorcycle user community in the Cipedak sub-district. The sample size was taken as many as 75 respondents. The sampling technique used in this study is non probability sampling, especially purposive sampling. Data collection is done through questionnaires. The analysis technique used is using the method of PLS (Partial Least Square) analysis. The results of this study indicate that Product Quality (X1) has a negative and not significant effect on Purchasing Decisions, Price (X2) has a significant positive influence on purchasing and Advertising Decisions (X3) has a significant positive influence on Purchasing Decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Advertisements, and Purchasing Decisions

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-ixion (Studi Kasus Pada Kelurahan Cipadak Jakarta Selatan)

Oleh Jafisman Taufan Fikri

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha V-ixion. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna sepeda motor di wilayah kelurahan Cipadak. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X_1) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Harga (X_2) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian dan Iklan (X_3) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Keputusan Pembelian