

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, QUALITY PRODUCTS
AND PRICE ON BUYING INTEREST MOTORCYCLE MATIC
HONDA SCOOPY
(STUDY ON COMMUNITY RW.16 PABUARAN CITAYAM)***

By

FANINDRA ADAM KUSUMA

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the influence of brand image, product quality and price to buying interest. The population in this study is the community RW.16 Pabuaran Citayam. Sample size was taken as many as 75 respondents with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was conducted through questionnaires. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that (1) brand image has a significant influence on buying interest with the coefficient value of 0,292. (2) product quality has significant influence on buying interest with coefficient value of 0,768. (3) price has an insignificant influence on buying interest with coefficient value of -0.079.

Keywords: brand image, product quality, price and buying interest.

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
MOTOR *MATIC* HONDA SCOOPY
(STUDI PADA MASYARAKAT RW.16 PABUARAN
CITAYAM)**

Oleh

FANINDRA ADAM KUSUMA

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap minat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Rw.16 Pabuaran Citayam. Ukuran Sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,292. (2) kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,768. (3) harga memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,079.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, harga dan minat beli.