

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA SERTA CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

I Wayan Sugik Arta<sup>1</sup>, Ni Nyoman Yuliantini<sup>2</sup>,  
Komang Krisna Heryanda<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Singaraja, Indonesia

E-mail

[wayan.sugikarta@icloud.com](mailto:wayan.sugikarta@icloud.com)<sup>1</sup>, [nyoman.yulianthini@undiksha.ac.id](mailto:nyoman.yulianthini@undiksha.ac.id)<sup>2</sup>,  
[krisna.heryanda@undiksha.ac.id](mailto:krisna.heryanda@undiksha.ac.id)<sup>3</sup>

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (2) harga terhadap keputusan pembelian, (3) citra merek terhadap keputusan pembelian, dan (4) kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Scoopy. Desain penelitian adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang pernah atau sedang menggunakan produk sepeda motor Honda Scoopy. Dari perhitungan *Rosecoe* maka banyaknya responden yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrument berupa kuesioner yang memiliki total 19 pernyataan, kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (4) kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Scoopy.

**Kata Kunci:** citra merek, harga, keputusan pembelian, kualitas produk

## ABSTRACT

This Research aims to test the effect of (1) Product quality on purchase decisions, (2) price to purchase decisions, (3) brand image to purchase decision, and (4) Product quality, price, and brand image against purchasing decision of the Honda *matic* motorcycle. Desain Research is a causal quantitative. The subject of this research is a student faculty Economics University of Ganesha Education that has been or is using the product Honda motorcycle Scoopy. From the calculation of *Rosecoe*, the number of respondents used is 100 respondents. Data collected using instruments in the form of a questionnaire that has a total of 19 statements, then the data obtained is analyzed using a double linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) product quality is positively and significantly influential on purchase decision (2) The price has a positive and significant effect on purchasing decision, (3) brand image is positive and significant to the purchase decision, Dan (4) Product quality, price and brand image effect on the Purchasing decision *Matic* Honda 's motorcycle Scoopy.

**Keywords:** brand image, price, product quality, purchase decision,