

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPEDA MOTOR HONDA BEAT**

**Oleh**

**Kadek Edi Juliana, NIM 1517041158**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji (1) Pengaruh Simultan Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, (2) Pengaruh Parsial Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian, dan (3) Pengaruh Parsial Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. Desain penelitian eksplanatori dan menggunakan metode kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Manajemen angkatan tahun 2015 yang pernah atau sedang menggunakan produk Sepeda Motor Honda Beat dan objek dalam penelitian ini adalah Sepeda Motor Honda Beat. Dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan rumus ferdinana maka banyaknya responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 80 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrument berupa kuesioner yang memiliki total 16 pernyataan, kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (2) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan (3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Citra Merek.

**ABSTRACT**

*This study aimed to examine (1) the simultaneous influence of brand image and product quality on purchasing decisions, (2) the partial effect of brand image on purchasing decisions, and (3) the partial effect of product quality on Honda Beat motorcycle purchasing decisions. Design explanatory research and use quantitative methods. The subjects of this study were students of Management majoring in 2015 who had or were using Honda Beat motorcycle products and the object in this study was Honda Beat motorbikes. From calculations calculated using the ferdinand formula, the number of respondents used in this study is 80 respondents. Data was collected using an instrument in the form of a questionnaire that had a total of 11 statements, then the data obtained were analyzed using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) brand image and product quality have a significant effect on purchasing decisions, (2) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, and (3) product quality has a positive and significant effect on Honda Beat motorcycle purchasing decisions*

**Keywords:** brand image, product quality, purchasing decisions.