

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
SCOOPY DI KABUPATEN KABUPATEN BULELENG**

**Oleh
Luh Tia Deviani, NIM 1717041178
Jurusan Manajemen**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Buleleng, dengan mengkaji variabel kualitas produk, desain, dan citra merek sebagai variabel bebas, dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 pengendara Honda Scoopy di Kabupaten Buleleng. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk, desain, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian. 3) Ada pengaruh positif dan signifikan dari desain terhadap keputusan pembelian. 4) Tidak ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.

kata kunci : citra merek, desain, keputusan pembelian, kualitas produk

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality, design and brand image on purchasing decisions for Honda Scoopy motorbikes in Buleleng Regency, by examining the variables of product quality, design and brand image as independent variables, and purchasing decisions as the dependent variable. This research used a sample of 100 Honda Scoopy drivers in Buleleng Regency. Data collection was carried out using a questionnaire method and analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The research results show that 1) There is a positive and significant influence of product quality, design and brand image on purchasing decisions. 2) There is a positive and significant influence of product quality on purchasing decisions. 3) There is a positive and significant influence of design on purchasing decisions. 4) There is no influence of brand image on purchasing decisions.

Keywords: brand image, design, purchasing decisions, product quality