

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
VARIO 160 PADA ASTRA MOTOR SINGARAJA**

OLEH

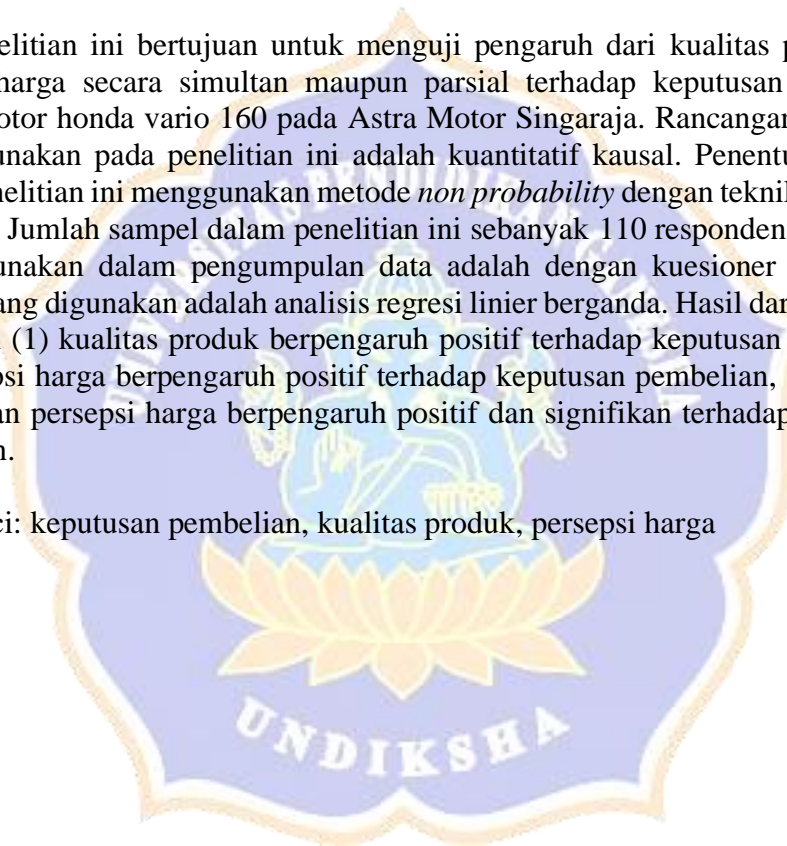
GEDE SUKA SARIADA, NIM 2017041198

JURUSAN MANAJEMEN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari kualitas produk dan persepsi harga secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda vario 160 pada Astra Motor Singaraja. Rancangan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah (1) kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, (2) persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, (3) kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: keputusan pembelian, kualitas produk, persepsi harga



***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON
THE PURCHASE DECISION OF HONDA VARIO 160 MOTORCYCLE AT
ASTRA MOTOR SINGARAJA***

BY

Gede Suka Sariada, Nim 2017041198

MANAGEMENT DEPARTMENT

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of product quality and price perception simultaneously or partially on the purchase decision of the Honda Vario 160 motorcycle at Astra Motor Singaraja. The research design used in this study is causal quantitative. The determination of the sample in this study uses the non probability with the purposive sampling. The number of samples in this study was 110 respondents. The instrument used in data collection is a questionnaire and the analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study are (1) product quality has a positive effect on purchase decisions, (2) price perception has a positive effect on purchase decisions, (3) product quality and price perception have a positive and significant effect on purchase decisions.

Keywords: purchase decision, product quality, price perception

