

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA *SCOOPY* PADA
MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN UNDIKSHA**

Oleh

I Kadek Eka Suriana, NIM 1917041145

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian Honda *Scoopy* Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Undiksha. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 100 responden, teknik sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling* dengan pengambilan sampel didasarkan pada kriteria tertentu. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang meliputi (1) Uji instrumen seperti uji validitas dan uji reliabilitas, (2) Uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas, (3) Uji regresi linier berganda seperti uji koefisien determinasi serta Uji F dan Uji t. Hasil dari penelitian ini adalah (1) Ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 74,7% serta pengaruh variabel lain sebesar 25,3%. (2) Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 22,1%. (3) Ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari citra merek terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 18,1%.

Kata Kunci: kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA SCOOPY PADA
MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN UNDIKSHA**

Oleh

I Kadek Eka Suriana, NIM 1917041145

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

This research aims to examine the influence of product quality and brand image, both simultaneously and partially, on purchasing decisions for Honda Scoopy among Undiksha Management Department Students. The number of samples in this research is 100 respondents, the sampling technique used is purposive sampling technique with sampling based on certain criteria. The data analysis technique in this research is quantitative using multiple linear regression analysis which includes (1) Instrument tests such as validity tests and reliability, (2) Classic assumption tests such as the normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test, (3) Multiple linear regression tests such as the coefficient of determination test as well as the F test and t test. The results of this research are (1) There is a simultaneous positive and significant influence of product quality and brand image on purchasing decisions with an influence contribution of 74.7% and the influence of other variables of 25.3%. (2) There is a partial positive and significant influence of product quality on purchasing decisions with an influence contribution of 22.1%. (3) There is a partial positive and significant influence of brand image on purchasing decisions with an influence contribution of 18.1%.

Kata Kunci: *brand image, product quality, purchasing decisions*