

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA SEPEDA MOTOR HONDA VARIO 160
DI KABUPATEN BANGLI**

Oleh:

I Komang Arta Putra, NIM 2217041210

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek, baik secara simultan maupun parsial, terhadap minat beli konsumen sepeda motor Honda Vario 160 di Kabupaten Bangli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sepeda motor Honda Vario 160 di Kabupaten Bangli. Sampel penelitian berjumlah 120 responden yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu, yaitu konsumen yang memiliki minat atau pengalaman terhadap penggunaan sepeda motor Honda Vario 160. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS untuk mengetahui pengaruh antarvariabel penelitian secara lebih akurat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Secara parsial, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Selain itu, citra merek juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan citra merek, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap sepeda motor Honda Vario 160 di Kabupaten Bangli. Implikasi dari penelitian ini adalah perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk melalui inovasi yang berkelanjutan serta menjaga dan memperkuat citra merek yang positif di benak konsumen. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing perusahaan di pasar serta mendorong peningkatan minat beli konsumen. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, dan gaya hidup agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mendalam.

Kata-kata kunci: kualitas produk, citra merek, minat beli, Honda Vario 160

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON
CONSUMER PURCHASE INTENTION FOR HONDA VARIO 160
MOTORCYCLES IN BANGLI REGENCY**

By:

I Komang Arta Putra, NIM 2217041210

Department of Management

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality and brand image, both simultaneously and partially, on consumer purchase intention for Honda Vario 160 motorcycles in Bangli Regency. This research uses a quantitative approach with a causal research design. The population in this study consists of consumers of Honda Vario 160 motorcycles in Bangli Regency. The research sample consisted of 120 respondents determined using purposive sampling technique based on specific criteria, namely consumers who have an interest in or experience with using the Honda Vario 160 motorcycle. Data collection was carried out by distributing questionnaires to respondents who met the research criteria. The data obtained were then analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of the SPSS application to determine the influence between research variables more accurately. The results of the study show that product quality and brand image simultaneously have a positive and significant effect on consumer purchase intention. Partially, product quality has a positive and significant effect on consumer purchase intention. In addition, brand image was also proven to have a positive and significant effect on consumer purchase intention. These findings indicate that the better consumers' perceptions of product quality and brand image, the higher their purchase intention toward the Honda Vario 160 motorcycle in Bangli Regency. The implication of this research is that the company needs to improve product quality through continuous innovation and to maintain and strengthen a positive brand image in the minds of consumers. These efforts are expected to enhance the company's competitiveness in the market and drive an increase in consumer purchase intention. Future research is recommended to add other variables such as price, promotion, and lifestyle in order to obtain more comprehensive and in-depth results.

Keywords: *product quality, brand image, purchase intention, Honda Vario 160*