

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda Motor Yamaha. Dimana variabel independen yang terdiri dari diferensiasi produk, citra merek, dan harga mempengaruhi keputusan pembelian sebagai variabel dependennya. Objek penelitian ini adalah pengguna sepeda motor Yamaha di Kota Tangerang. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan teknik *convenience sampling*. Data yang diperoleh merupakan data primer yang merupakan hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang disebar. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial, variabel diferensiasi produk, citra merek, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Kota Tangerang. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dan hasil uji parsial (uji t). Pada uji simultan dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen diferensiasi produk, citra merek, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian dengan probabilitas sig 0,000. Pada uji parsial variabel diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Kota Tangerang dengan probabilitas sig 0,001. Lalu, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Kota Tangerang dengan probabilitas sig 0,026. Kemudian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Kota Tangerang dengan probabilitas sig 0,002. Pada uji koefisien determinasi (R^2) 58,1% keputusan pembelian dapat dapat dijelaskan oleh variabel diferensiasi produk, citra merek, dan harga. Sedangkan 41,9% keputusan pembelian dapat dijelaskan dari variabel lain selain ketiga variabel tersebut.

Kata kunci: diferensiasi produk, citra merek, harga, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aimed to determine the effect of product differentiation, brand image, and the price of the purchasing decision Yamaha motorbike. Where the independent variables consist of product differentiation, brand image, and price influence purchasing decisions as the dependent variable. The object of this study is the Yamaha motorcycle in Tangerang. This study was conducted on 100 respondents with convenience sampling technique. The data obtained is the primary data that is the result of respondents' answers to the questionnaire were distributed. Therefore, the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of multiple linear regression with SPSS 22.0.

The results showed that simultaneous and partial, variable product differentiation, brand image, and the price positive and significant influence the purchasing decisions of Yamaha motorcycles in Tangerang. This is evidenced from the results of simultaneous test (F test) and the results of the partial test (t test). In the simultaneous test can be concluded that the independent variable of product differentiation, brand image, and price simultaneously significant effect on the dependent variable, namely the purchase decision with probability sig 0,000. In the partial test product differentiation variables positive and significant influence the purchasing decisions of Yamaha motorcycles in Tangerang with probability sig 0,001. Then, the image of the brand positive and significant influence the purchase decisions of Yamaha motorcycles in Tangerang with probability sig 0,026. Then, the price positive and significant influence the purchasing decisions of Yamaha motorcycles in Tangerang with probability sig 0,002. In the test the coefficient of determination (R^2) 58,1% purchase decision can be explained by the variable product differentiation, brand image, and price. While 41,9% of purchase decisions can be explained by other variables besides these three variables.

Keywords: product differentiation, brand image, price, and purchase decision