

ABSTRACT

This research aims to know the influence of the brand image, brand equity and service quality toward the purchased decision of Honda motorcycle. The object of this study conducted at Jakarta. There were 171 respondents who have been sampled using sampling techniques such as Accidental sampling. The data collection method is to use a questionnaire.

The results showed that partially and simultaneously the variable brand image, brand equity and service quality toward the purchased decision of Honda motorcycle at Jakarta. This is evidenced from the results of simultaneous test (F test) and the results of the partial test (t test) also showed significant values of three independent variables which support the hypothesis. Therefore the test results of this study suggest that there partial and simultaneously brand image, brand equity and service quality toward the purchased decision of Honda. The object of this study conducted at Jakarta

Keywords: *brand image, brand equity, service quality.*



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *pengaruh brand image, brand equity* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek honda. Objek penelitian ini dilakukan pada konsumen sepeda motor Honda di jakartra. Terdapat 171 responden yang telah dipilih sebagai sampel dengan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *Accidental sampling* dan metode pengambilan data adalah dengan menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel harga, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek honda di Jakarta. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dan hasil uji parsial (uji t) juga menunjukkan nilai signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel *brand image, brand equity* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek honda di jakarta

Kata kunci : *brand image, brand equity, kualitas pelayanan*

