

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian motor matic All New Honda Pcx. Tujuan penelitian ini adalah 1) Mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. 2) Mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. 3) Mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuisisioner. Objek dalam penelitian ini adalah 133 responden yang memiliki motor matic All New Honda Pcx. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan Smartpls 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian motor matic All New Honda Pcx, sementara Persepsi Harga dan Citra Merek memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian motor matic All New Honda Pcx.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research was conducted to analyze the effect of Product Quality, Price Perception, and Brand Image on the Purchase Decision of the All New Honda Pcx motorbike. The purpose of this study is 1) Knowing the effect of Product Quality on Purchasing Decisions. 2) Determine the effect of Price Perception on Purchasing Decisions. 3) Determine the influence of Brand Image on Purchasing Decisions. The data collection technique is done by questionnaire. The objects in this study were 133 respondents who had an All New Honda Pcx motor matic. Data in this study were analyzed using Smartpls 3.0. The results of this study indicate that Product Quality does not affect the Purchase Decision of All New Honda Pcx automatic motorcycles, while the Perception of Price and Brand Image has a significant positive effect on the Purchase Decision of All New Honda Pcx automatic motorcycles.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Brand Image, Purchasing Decisions*

