

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian honda beat. Subjek Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna motor Honda Beat di wilayah Jakarta Barat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 160 responden. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode Purposive Sampling. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM dan pengolahan data menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Honda Beat di Jakarta Barat. Hasil penelitian menunjukkan Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Honda Beat di Jakarta Barat dan Persepsi Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Honda Beat di Jakarta Barat.

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of product quality, brand image, and price perception on purchasing decisions for Honda Beat. The sample used in this study was 160 respondents. The sampling method was carried out by the Purposive Sampling method. This study uses SEM data analysis techniques and data processing using Partial Least Square (PLS). The results showed that product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions for Honda Beat in West Jakarta. The results showed that Brand Image had a positive and significant effect on purchasing decisions for Honda Beat in West Jakarta and price perception had a positive and significant effect on purchasing decisions for Honda Beat in West Jakarta..

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Price Perception, and Purchase Decision*

