

ABSTRACT

This research is descriptive type research, that is research which describe related objects for decision making which is general. The purpose of this study to determine whether the variable brand image and product quality against the purchases decision on motorcycle matic Yamaha Mio. The type of data used in this study is primary data, ie data obtained directly from interviews, observations and questionnaires distributed to all samples of respondents in accordance with the target targets and are considered to represent the entire population. Population in this research is consumer of motorcycle matic Yamaha Mio in region of Kec. Kelapa Dua, Tangerang whose numbers are not known in detail. The sample in this research is 100 respondents taken by purposive sampling. This research data processing using Partial Least Square (Smart-PLS) version 3.0 PLS program. These results show that variable brand image (X1) has a positive and significant effect on purchase decision (Y) and variable product quality (X2) too has a positive and significant effect on purchasing decision.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision, PLS



ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan obyek-obyek yang berhubungan untuk pengambilan keputusan yang bersifat umum. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Yamaha Mio. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara, observasi dan kuesioner yang disebarkan kepada seluruh sampel responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sepeda motor matic Yamaha Mio di wilayah Kec. Kelapa Dua, Tangerang yang jumlahnya tidak diketahui secara terperinci. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dengan menggunakan metode purposive sampling. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan program Partial Least Square (Smart-PLS) versi 3.0 PLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dan variabel kualitas produk (X2) juga menunjukkan hasil positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, PLS

