

## ABSTRAK

Di era globalisasi seperti sekarang ini perkembangan dalam transportasi kendaraan roda dua begitu signifikan, dimana para perusahaan sepeda motor membuat inovasi terbaru dalam teknologi di produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX di Showroom Abadi Motor Bekasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sepeda motor PCX di Showroom Abadi Motor Bekasi yang jumlahnya tidak diketahui dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan teknik non probability sampling. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* dengan alat analisis SMART-PLS. Penelitian ini membuktikan bahwa citra merek, promosi dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.



## **ABSTRACT**

*In the current era of globalization, developments in two-wheeled vehicle transportation are so significant, where motorbike companies are making the latest innovations in technology for these products. This research aims to analyze the influence of brand image, promotion and product quality on purchasing decisions for Honda PCX motorbikes at the Abadimotor Bekasi Showroom. The population in this study is the unknown number of PCX motorbike consumers at the Abadi Motor Bekasi Showroom and the sample taken was 100 respondents using non-probability sampling techniques. The data analysis method uses Partial Least Square with the SMART-PLS analysis tool. This research proves that brand image, promotion and product quality have a positive and significant influence on purchasing decisions.*

**Keywords :** *Brand Image, Promotion, Product Quality, Purchase Decision.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA