

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Motor Honda Vario 125 cc dan Yamaha Lexi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausal untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen motor Honda Vario 125 cc dan Yamaha Lexi dan Wilayah Meruya. Pemilihan informan menggunakan rumus jumlah indikator x 5. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner skala likert dari Juli hingga Agustus 2023. Metode analisis data yang digunakan yaitu Component atau Variance Based Structural Equation Modeling dengan pengolahan data menggunakan program Partial Least Square (Smart-PLS). Hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut: 1) variabel citra merk mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan, dibuktikan dengan nilai pvalue $0,000 < 0,05$ dengan original sampel 0,69 yang menunjukkan arah hubungan positif sehingga dapat dinyatakan hipotesis diterima; 2) variabel kualitas produk mempengaruhi kepuasan pembelian pelanggan, dibuktikan dengan nilai pvalue $0,000 < 0,05$ dengan original sampel 0,37 yang menunjukkan arah hubungan positif sehingga dapat dinyatakan hipotesis diterima; 3) variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pembelian pelanggan, buktikan dengan nilai pvalue $0,30 > 0,05$ dengan original sampel 0,02 yang menunjukkan arah hubungan negatif sehingga dapat dinyatakan hipotesis ditolak. Kesimpulan dari penelitian ini adalah citra merek dan kualitas produk memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kepuasan pembelian pelanggan. Namun, harga tidak menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan pembelian pelanggan.

Kata Kunci: citra merk, kualitas produk, harga,, honda vario, yamaha lexii

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to test and analyze the effect of brand image, product quality and price on purchasing decisions on 125 cc Honda Vario and Yamaha Lexi. The study used a quantitative approach with a causal method to determine whether or not there was an influence between variables. The population selected in this study were consumers of Honda Vario 125 cc and Yamaha Lexi motorbikes and the Meruya area. Selection of informants using the formula number of indicators \times 5. Data collection was carried out through a Likert scale questionnaire from July to August 2023. The data analysis method used is Component or Variance Based Structural Equation Modeling with data processing using the Partial Least Square (Smart-PLS) program. The results showed the following: 1) the brand image variable affects customer purchasing decisions, as evidenced by the pvalue of $0.000 < 0.05$ with an original sample of 0.69 which shows a positive relationship direction so that the hypothesis can be stated as accepted; 2) the product quality variable affects customer purchasing satisfaction, as evidenced by the pvalue of $0.000 < 0.05$ with an original sample of 0.37 which shows a positive relationship direction so that the hypothesis can be stated as accepted; 3) the price variable has no effect on customer purchase satisfaction, as evidenced by the pvalue of $0.30 > 0.05$ with an original sample of 0.02 which shows a negative relationship direction so that the hypothesis can be stated as rejected. The conclusion of this study is that brand image and product quality have an important role in increasing customer purchase satisfaction. However, price is not a significant factor in influencing customer purchase satisfaction.

Keywords: brand image, product quality, price, honda vario, yamaha lexi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA