

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Motor Honda Vario. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kabupaten Bogor yang sudah membeli Sepeda Motor Honda Vario. Penelitian ini dilakukan terhadap 140 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penentuan ukuran sampel menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah statistik dalam bentuk SmartPLS 3.0. Hasil dari penelitian ini yaitu Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

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



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Brand Image, Price Perception, Product Quality on Purchasing Decisions on Honda Vario Motorcycles. The population in this research is the people of Bogor Regency who have purchased a Honda Vario motorbike. This research was conducted on 140 respondents using a quantitative approach. Determination of sample size using purposive sampling technique. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. The data analysis used is statistics in the form of SmartPLS 3.0. The results of this research are that Brand Image has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Price Perception has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Product Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Brand Image, Price Perception, Product Quality, Purchasing Decision.

