

## ABSTRAK

**Andralia Isabella Damayanti 14130210341.** 2018. Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Honda Beat di PT. Sinar Agung Motor Tulungagung

Dosen Pembimbing (1) **Bayu Pramutoko,SE,MM**

(2) **Dra. Indah Listyani,MM**

---

Indonesia merupakan salah satu negara yang padat akan penduduknya, produsen saling berlomba untuk masuk ke dalamnya, karena Indonesia merupakan salah satu penduduk terbesar didunia, pada tahun 2016 penduduk Indonesia mencapai 261,5 jiwa dan diperkirakan setiap tahunnya akan bertambah sekitar 1,62%. Oleh karena itu Indonesia negara potensial untuk pemasaran kendaraan bermotor, khususnya roda dua (sepeda motor). Diantara beberapa yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, penelitian ini menganalisis keputusan pembelian tersebut melalui variabel kualitas produk dan citra merek.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka perumusan masalah yang dapat diambil sebagai berikut: 1) Apakah terdapat hubungan antara cita merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT. Sinar Agung Motor Tulungagung; 2) Apakah terdapat pengaruh antara citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT. Sinar Agung Motor Tulungagung; 3) Manakah antara citra merek dan kualitas produk yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT. Sinar Agung Motor Tulungagung.

Dengan mengambil sampel 84 responden dengan teknik analisa analisa korelasi dan regresi dengan software SPSS ver. 18.

Hasil penelitian disimpulkan : 1) Terdapat hubungan yang kuat antara variabel citra merek terhadap variabel keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT. Sinar Agung Motor Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan nilai R sebesar 0,710 (mendekati 1); 2) Terdapat pengaruh yang nyata antara variabel citra merek terhadap variabel keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT. Sinar Agung Motor Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,290 dengan  $\text{sig.t} (0,001) < 0,05$ ; 3) Terdapat pengaruh yang nyata antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT. Sinar Agung Motor Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 5,829 dengan  $\text{sig.t} (0,000) < 0,05$ .; 4) Variabel kualitas produk (X2) berpengaruh lebih dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT. Sinar Agung Motor dibanding, variabel citra merek. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi variabel kualitas produk dan koefisien regresi variabel citra merek ( $0.493 > 0,207$ ).

Kata Kunci : citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian