

## ABSTRAK

**Irwan Setiadi Wijaya. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario daerah Jakarta Barat. Dibimbing oleh RA Nurlinda.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang di kuantitatifkan dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Quota Sampling* yang berjumlah 100 responden yang diambil dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling*. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari informasi terbaru dari sumber internet mengenai Honda Vario dan kuisioner dengan menyebar daftar kuisioner kepada pemilik dan pengguna Honda Vario Jakarta Barat. Objek penelitian ini adalah pemilik dan pengguna Honda Vario yang ditemui daerah Jakarta Barat.

Hasil yang diperoleh dari perhitungan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,390 atau 39%. Dari pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa nilai hitung uji t Kualitas Produk sebesar 1.930 dengan sig 0,057, nilai t hitung Harga sebesar 3.546 dengan sig 0,001, dan nilai t hitung Citra Merek sebesar 3.552 dengan sig 0,001.

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

## **ABSTRACT**

***Irwan Setiadi Wijaya. The Effect Of Product Quality, Price, and Brand Image effect on Purchase Decision Honda Vario area of West Jakarta. Supervised by RA Nurlinda***

*This research is meant to find out the influence of Product Quality, Price, and Brand Image effect on Purchase Decision. The type of research used in this research is qualitative data in quantitative by giving a score on each respondent's answer.*

*Sampling technique in this research using Quota Sampling method that amounted to 100 respondents taken using Non Probability Sampling method. Data collection methods are done by searching for the latest information from Internet sources about Honda Vario and questionnaires by distributing questionnaires to owners and users of Honda Vario West Jakarta. The object of this research is the owner and users of Honda Vario that encountered West Jakarta area.*

*Results obtained from the calculation of Coefficient of Determination ( $R^2$ ) of 0.390 or 39%. From the hypothesis testing can be concluded that the value of  $t$  test count, Product Quality of 1.930 with sig 0.057, Price 3.546 with sig 0.001, and the value of  $t$  count Brand Image is 3.552 with sig 0.001.*

***Keyword: Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision***