

**ABSTRAK**

Judul : Peran Diskon Harga yang Memoderasi Pengaruh Citra merek dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli, Studi Kasus pada Konsumen Sepeda Motor *Matic* Yamaha Mio di Jakarta.  
Nama : Arma Kristiani  
Program Studi : S-1 Manajemen

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan pengetahuan produk terhadap minat beli yang dimoderasi oleh diskon harga pada konsumen sepeda motor *matic* Yamaha Mio di wilayah Universitas Esa Unggul Jakarta. Penelitian menggunakan data primer dan sekunder dengan instrumen kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-hieraricial* atau rerata sel dan yang di uji adalah konsumen sepeda motor *matic* yang ditemui di wilayah Universitas Esa Unggul Jakarta Barat. Data akan dianalisa melalui uji validitas, uji reliabilitas, dan model rerata sel dengan menggunakan *software* statistik. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa hipotesis yang menyebutkan citra merek meningkatkan minat beli konsumen tidak diterima. Artinya, variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada industri sepeda motor Yamaha di Universitas Esa Unggul Jakarta Barat. Pengelompokan responden dengan citra merek tinggi dan rendah serta diskon harga tinggi dan rendah juga tidak terdapat pengaruh pada minat beli konsumen. Hipotesis selanjutnya, bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen konsumen sepeda motor *matic* Yamaha Mio di Universitas Esa Unggul Jakarta Barat. Diskon harga memoderasi pengetahuan produk terhadap minat beli konsumen dan diskon harga mampu memperlemah pengetahuan produk. Hasil signifikan menunjukkan khusus kelompok pengetahuan produk rendah, konsumen dengan persepsi diskon harga tinggi memiliki minat beli lebih besar dibandingkan dengan diskon rendah.

**Kata Kunci : Citra Merek, Pengetahuan Produk, Minat beli, Diskon Harga.**

**ABSTRACT**

*Title : Effect of Price Discount Moderated Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Case Studies on Yamaha Mio Motorcycle Consumer at Esa Unggul University, Jakarta.*

*Name : Arma Kristiani*

*Study Program : S-1 Management*

*The purpose of this research was to study the effectst of Brand image and product knowledge on the purchase intentions moderated by price discounts on Yamaha Mio motorcycle consumer at Jakarta Esa Unggul University. The study used primary and secondary data with a questionnaire instrument. The sampling technique uses non-hierarchial or “rerata sel” methods and what is tested is motorcycle consumer found in the area at Esa Unggul University, West Jakarta. Data will be analyzed through validity test, reliability test, and “rerata sel” using statistical software. The results of the study concluded that hypothesis of brand image increase purchase intention is rejected. Which was variable of brand image not influence significant to purchase intention on Yamaha motorcycle industries at Esa Unggul University West Jakarta. Respondents category with high and low brand image, then high and low price discount also not influence to purchase intention. The last hypothesis variable of product knowledge influence to purchase intention on Yamaha Mio motorcycle matic consumer at Esa Unggul University West Jakarta. Price discount moderated on consumer purchase intention and price discount able to weaken product knowledge. The significant indicated on specific category low product knowledge with high price discount has high purchase intention compared low price discount.*

***Keywords: Brand Image, Product Knowledge, Purchase Intention, Price Discount***