

ABSTRACT

Purchasing decision is the selection of an action from two or more alternatives. A customer who is intended to make a choice has to have an alternative choice and one of them is by seeing the product quality. Therefore product quality is the matter that must be noticed by the company, because good product quality will give satisfaction to the customer. This research is meant to find out the influence of product quality, brand image, and after-sales service to the purchasing decision of Honda CBR 150 motorcycle.

The analysis technique has been done to analyze the influence of variables in the research has been carried out by using multiple regression analysis and t test. The population is all users of Honda CBR 150 motorcycle and 100 respondents have been selected as samples.

The result of the research is the data that has been retrieved has met the validity test, reliability test, and classic assumption test. The hypothesis test has been done by using model feasibility test and it has been found that its significance value is less than alpha 0.05, it means that product quality, brand image, and after-sales service have an influence to the purchasing decision. The test which has been done by using t test shows that independent variables that has been studied has been proven significantly influence the purchasing decision variable.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, After-sales Service, Purchasing Decision*

INTISARI

Keputusan pembelian merupakan pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif salah satunya dengan melihat kualitas produk. Oleh sebab itu kualitas produk merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena dengan kualitas produk yang baik akan memberikan kepuasan terhadap konsumen, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CBR 150.

Teknik analisa yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda, dan uji t. Adapun populasi digunakan adalah para pengguna Honda CBR 150 dengan sampel sebesar 100 responden.

Hasil penelitian ini adalah Data yang diambil telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Pengujian hipotesis menggunakan uji Kelayakan Model diketahui nilai signifikansi lebih kecil dari alpha 0.05 maka hal ini berarti kualitas produk, citra merek dan layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian dengan uji t menunjukkan bahwa variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra, Layanan Purna Jual Keputusan Pembelian