

ABSTRACT

Regarding the market condition which is getting competitive and the number of new products from the competitors is growing and the public behaviour tend to be consumptive, has forced the company to have a strategy to win the competition by developing and providing new products which can satisfy the needs and the desire of the customer. There are many factors which influence the purchasing decision of the customer. The customer behavior is an important factor which can influence the customer decision process in order to purchase or to consume the service or goods.

The purpose of this research is to find out the influence of brand image, product quality, and price to the purchasing decision. This research is a descriptive research with quantitative descriptive. The population is all customers who have ever purchased or have ever done the purchasing of Honda Beat motorcycle at PT.Ekajaya Karunia Abadi. The sample collection technique has been done by using non probability sampling which is known as purposive sampling. The data of this research has been taken from the questionnaires which have been filled in by 100 respondents. The data analysis technique has been done by using multiple linear regressions and SPSS 22.0.

The result of this research shows that t test finds that the brand image, product quality, and price variables have positive and significant influence to the purchasing decision with the entire of significance level is less than 0.05. it has been found from the result of partial coefficient determination that brand image variable has dominant influence to the purchasing decision because its partial coefficient determination is 0.1521. It shows that the hypothesis found has been proven.

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

INTISARI

Melihat kondisi pasar yang semakin ketat dan semakin banyak produk-produk baru dari para pesaing dan perilaku masyarakat yang cenderung konsumtif, memaksa perusahaan harus ada strategi untuk memenangkan persaingan dengan mengembangkan dan menyediakan produk-produk baru yang memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Perilaku konsumen merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi produk atau jasa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe *Descriptive Research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian maupun yang sudah melakukan pembelian sepeda motor Honda Beat di PT.Ekajaya Karunia Abadi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* tepatnya *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini diambil berdasarkan kuesioner yang diisi oleh responden yang berjumlah 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan SPSS 22.0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari uji t diketahui variabel citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan secara keseluruhan tingkat signifikansi dibawah 0,05. Dari hasil koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa variabel citra merek mempunyai pengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian, karena mempunyai koefisien determinasi parsial yang paling besar yaitu sebesar 0,1521. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang ditemukan terbukti kebenarannya.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.