

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Vespa Piaggio di Sidoarjo.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kausal komperatif (*causal comparative reasarch*). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Vespa Piaggio pada dealer Vespa Piaggio cabang Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling* sehingga diperoleh 100 sampel dan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 22,0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Vespa Piaggio di Sidoarjo.

Kata Kunci: kualitas produk, citra merek, persepsi harga, keputusan pembelian



ABSTRACT

This research was used to find out the product quality, brand image, and price perception on the purchasing decision of Vespa Piaggio motor vehicle products in Sidoarjo.

This research used causal-comparative research. Meanwhile, the research population used customers who have done purchasing the Vespa Piaggio motor vehicle product at the Vespa Piaggio dealer Sidoarjo branch. The sample collection technique used accidental sampling therefore it obtained 100 samples and the data collection technique used a questionnaire. Moreover, the research data analysis technique used multiple linear regression analysis with SPSS program 22 version.

The research result showed that product quality had a positive and significant effect on the purchasing decision. The brand image had a positive and significant effect on the purchase decision. On the other hand, price perception had a positive and significant effect on the purchasing decision of Vespa Piaggio motor vehicle products at Sidoarjo.

Keywords: *product quality, brand image, price perception, purchase decision*



I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day

16/02/22

M. Faisal, S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center
Menur Purnungan 30 Surabaya 60118, Indonesia