

**Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap  
Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Beat di Kota  
Semarang**

**DWI WAHYU ARDIANTI**

(Pembimbing : Dr. Amron, SE, MM)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202587@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Perkembangan bisnis terutama pada bisnis Industri di Indonesia telah mengalami kemajuan yang cepat dan pesat, maka persaingan dunia bisnis sangat ketat dalam dunia pemasaran. Terutama dalam bisnis otomotif Sepeda Motor yang berjenis matic. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian sepeda motor honda matic beat di kota Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda motor honda matic beat di Kota Semarang, yang diambil sampel sebanyak 100 responden di Kota Semarang. Alat pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden.

Berdasarkan hasil statistik dengan menggunakan Uji T menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga dan kualitas produk mempunyai taraf sig <0,05, sedangkan hasil perhitungan pada uji koefisien determinasi (Adjust R Square) menunjukkan bahwa keputusan pembelian sepeda motor Honda matic Beat sebesar 72,3%, sedangkan sisanya 27,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

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

## **The Influence of Brand Image, Price and Product Quality on Purchasing Decisions of Honda Matic Beat Motorcycles in Semarang**

**DWI WAHYU ARDIANTI**

(Lecturer : Dr. Amron, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202587@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Business development, especially in the industrial business in Indonesia has progressed quickly and rapidly, thus the competitive in the world of business to be very strict in the marketing world. Particularly in the automotive business of matic motorcycles. The purpose of this study is to determine the influence of brand image, price and product quality on purchasing decisions in Semarang.

Population in this study are Honda matic beat motorcycles users in Semarang, taken sample of 100 respondents in the Semarang. The data collection technique is using questionnaires distributed to the respondents.

Based on the statistical results T-test results show that variable of brand image, price and product quality have sig level  $< 0,05$ , whereas the calculation in the coefficient determination test (Adjust R Square) shows that the purchasing decisions Honda matic Beat motorcycle by 72,3%, while the remaining 27,7% are influenced by other variables.

Keyword : Brand image, Price, Product quality, Purchasing Decision