

**Dampak Kualitas Produk, Citra Merek, Diferensiasi Produk, dan Promosi Pada Keputusan Pembelian ( Studi Pengguna Yamaha Byson di Semarang )**

**TEGUH UTOMO ARDI**

(Pembimbing : Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, MBA, Ph.D)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202736@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, diferensiasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Yamaha Byson. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Yamaha Byson di Semarang dan sampel yang diambil 102 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non acak jenis purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1). Kualitas produk menjadi variabel terbesar yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 2). Diferensiasi produk menjadi variabel kedua yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 3). Citra merek menjadi variabel ketiga yang terhadap keputusan pembelian. 4). Promosi menjadi variabel terkecil yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Diferensiasi Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

**The Effect of Products Quality, Brand Image, Product Differentiation  
and Promotion on Purchasing Decision ( Study on Yamaha Byson's  
User in Semarang )**

**TEGUH UTOMO ARDI**

(Lecturer : Prof. Vincent Didiék Wiet Aryanto, MBA, Ph.D)

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

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202736@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

The purpose of this study was to analyze the effect of product quality, brand image, product differentiation and promotion on purchasing decisions of Yamaha Byson's. The population in this study is Yamaha Byson's user in Semarang and samples were taken 102 respondents. The sampling technique used is non-random purposive sampling type. Methods of data collection using questionnaires and analysis techniques used multiple regression. The results show that: 1). Product quality become the highest variable that has effect on purchase decisions. 2). Product differentiation become second variable that has effect on purchase decisions. 3). Brand image become third variable that has effect on purchase decisions. 4). Promotion become the lowest variable that has effect on purchase decisions.

Keyword : Product Quality, Brand Image, Product Differentiation, Promotion, Purchasing Decision