

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA DAN
IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM MEREK “KYT”**

(Survey di Kecamatan Depok Sleman, Yogyakarta)

Oleh :

Muhammad Tri Wandono (141120097)

triwandonomuhammad@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data dan informasi dikumpulkan melalui *survey* dengan alat bantu kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis *purposive sampling* kepada 150 responden dengan kriteria adalah konsumen yang membeli helm KYT dalam jangka 1 tahun sebelum penelitian ini. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan langsung pada konsumen helm KYT. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa kualitas produk, citra merek, harga dan iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk, citra merek, harga dan iklan mempengaruhi kualitas produk sebesar 52,8% dan sisanya sebesar 47,8 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : kualitas produk, citra merek, harga, iklan dan keputusan pembelian