

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR KAWASAKI NINJA 250

(Survei Pada Pengguna dan Pembeli Motor Kawasaki Ninja 250 di Yogyakarta)

PAUNDRA PANJI KUSUMA

NIM. 141130221

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

paundrakusuma01@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki Ninja 250. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria: sudah pernah membeli dan menggunakan motor kawasaki ninja 250 dengan jumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki Ninja 250 pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan nilai R Square sebesar 0,799, artinya 79,9% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek) dan sisanya yaitu 20,1% ($100\% - 79,9\% = 20,1\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, keempat variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek bernilai positif dan signifikan.

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