

# **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](mailto: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**