

**PENGARUH CITRA MEREK,PERSEPSI HARGA,DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA  
MOTOR KAWASAKI KLX 150 DI YOGYAKARTA**

Oleh:

**M Ibra**

**Mahasiswa Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**

**YOGYAKARTA**

Email: [Muhammad.ibra12@gmail.com](mailto:Muhammad.ibra12@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan yang melakukan keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki KLX 150 di Yogyakarta , data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner melalui *Google Form*. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki KLX 150 di Yogyakarta. Metode pengambilan data menggunakan *purposive sampling*, dimana pengambilan sampel dari populasi berdasarkan kriteria tertentu yaitu konsumen sepeda motor Kawasaki KLX 150 di Yogyakarta yang pernah melakukan keputusan pembelian. Metode analisis data meliputi analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa : (1) Citra merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki KLX di Yogyakarta (2) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki KLX di Yogyakarta (3) Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki KLX di Yogyakarta (4) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki KLX di Yogyakarta.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian