

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI GIANYAR

ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan dan persaingan di dalam dunia bisnis semakin ketat. Produsen-produsen harus berinovasi dan lebih kreatif lagi sehingga mampu menarik minat calon konsumen untuk melakukan pembelian. Manusia memerlukan alat transportasi yang efisien dan efektif untuk kelancaran aktivitasnya. Dibandingkan semua alat transportasi yang ada, sepeda motor menjadi pilihan masyarakat saat ini. Hal ini merupakan peluang yang besar bagi pebisnis otomotif untuk merebut pangsa pasar dan terus mengembangkan produknya. Selera masyarakat yang beragam membuat mereka memilih jenis sepeda motor berdasarkan kualitas dan desain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian motor Honda di Gianyar. Penelitian ini dilakukan di beberapa dealer sepeda motor Honda yang berada di Gianyar. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di dealer sepeda motor Honda Gianyar, yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, diperoleh 119 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel citra merek merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian.

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

UNMAS DENPASAR

THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTIONS, PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON THE PURCHASE DECISION OF HONDA MOTORCYCLES IN GIANYAR

ABSTRACT

In the current era of globalization, developments and competition in the business world are getting tougher. Producers must innovate and be more creative so as to attract potential customers to make purchases. Humans need an efficient and effective means of transportation for the smooth running of their activities. Compared to all existing means of transportation, motorbikes are the choice of today's society. This is a great opportunity for the automotive business to gain market share and continue to develop their products. People's diverse tastes make them choose the type of motorbike based on quality and design.

This study aims to determine the effect of perceived price, product quality, and brand image on purchasing decisions for Honda motorbikes in Gianyar. This research was conducted at several Honda motorcycle dealers in Gianyar. The population in this study are consumers who have shopped at Honda motorcycle dealers in Gianyar, the exact number of which is not known. Sampling in this study using purposive sampling method, obtained 119 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis.

The results showed that price perceptions had a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions, and brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions. Brand image variable is the most dominant variable influencing purchasing decisions.

Keywords: Perceived Price, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision

UNMAS DENPASAR