

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR NMAX DI CV. WAJA MOTOR GIANYAR

Abstrak

Indonesia tercatat menjadi pasar sepeda motor dengan pertumbuhan dan penjualan paling tinggi di kawasan Asia Tenggara selama 2019. Penjualan Yamaha didominasi oleh motor dengan jenis skuter atau skuter matik. Salah satu jenis produk skuter matik yang paling banyak diminati masyarakat dewasa ini adalah jenis NMAX selama tiga tahun terakhir, sejak tahun 2019-2021. Tidak terkecuali pada wilayah Bali. Respon masyarakat Bali terhadap produk Yamaha NMAX sangatlah tinggi. Sehingga perusahaan dituntut untuk mempertahankan kualitas produk dan citra merek yang dimiliki serta memahami perilaku pasar sasaran dengan menawarkan produknya yang berkualitas agar dapat menimbulkan keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian di CV. Waja Motor Gianyar. Penelitian ini menggunakan populasi dan sampel sebanyak 60 orang pengunjung dan pemilik sepeda motor NMAX sebagai responden penelitian. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *cronbach alpa*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda yang diolah dengan menggunakan *software* SPSS. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

Abstract

Indonesia was recorded as the motorcycle market with the highest growth and sales in the Southeast Asia region during 2019. Yamaha sales are dominated by scooter-type motorcycles or an automatic scooter. One type of automatic scooter product that is most in demand by the public today is the scooter type NMAX for the last three years, from 2019-2021. Bali is no exception. The Balinese people's response to Yamaha NMAX products is very high. So that Companies are required to maintain product quality and brand image and understand the behavior of their target market by offering quality products in order to generate purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the effect of product quality and brand image on purchasing decisions at CV. Waja Motor Gianyar. This study used a population and sample of 60 visitors and NMAX motorbike owners as research respondents. The sampling technique used in this study is technique *cronbach alpa*. Data collection methods were carried out by interviews, observations and questionnaires. The data analysis technique used in this study was multiple linear regression analysis which was processed using *software* SPSS. Based on the results of the analysis, this study shows that product quality and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Purchase Decision