

PENGARUH *LIFESTYLE*, KUALITAS PRODUK, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR YAMAHA NMAX PADA MASYARAKAT DI KOTA DENPASAR

ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi di antara merek-merek dalam setiap pilihan dan juga dapat membentuk suatu niat untuk membeli merek yang paling disukai. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian antara lain *lifestyle*, kualitas produk, dan *brand image*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh *lifestyle*, kualitas produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha nmax di kota denpasar. Penelitian ini dilakukan oleh penulis di kota Denpasar. Objek Penelitian variabel independen adalah *lifestyle* (X1), kualitas produk (X2), *brand image* (X3). Terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) pada konsumen Yamaha NMax. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli kendaraan bermotor Yamaha NMax di Denpasar yang tidak ketahui secara pasti jumlahnya., dalam menentukan data yang akan diteliti, metode pengambilan sampel yang akan digunakan adalah *non probability sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain observasi, dokumentasi, kuesioner, dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan *lifestyle*, kualitas produk, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor Yamaha NMax di Kota Denpasar.

Kata kunci: *lifestyle*, kualitas produk, *brand image* dan keputusan pembelian

**THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, PRODUCT QUALITY, AND BRAND
IMAGE ON THE PURCHASE DECISION OF YAMAHA NMAX MOTOR
VEHICLES IN COMMUNITIES IN THE CITY OF DENPASAR**

ABSTRACT

The purchase decision is the evaluation stage, consumers form preferences among brands in each choice and can also form an intention to buy the most preferred brand. Factors that can influence purchasing decisions include lifestyle, product quality, and brand image. This study aims to analyze the effect of life style, product quality, and brand image on purchasing decisions for Yamaha Nmax motorbikes in Denpasar city. This research was conducted by the author in the city of Denpasar. The independent variable research object is life style (X1), product quality (X2), brand image (X3). Against the dependent variable, namely the purchase decision (Y) on Yamaha NMax consumers. The population of this study are consumers who buy Yamaha NMax motorized vehicles in Dempasar whose exact number is not known. In determining the data to be studied, the sampling method to be used is non-probability sampling. Data collection methods used in this study include observation, documentation, questionnaires, and interviews. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression. The results showed that life style, product quality, and brand image had a positive and significant impact on purchasing decisions for Yamaha NMax vehicles in Denpasar City.

Keywords: lifestyle, product quality, brand image and purchasing decisions

Keywords: incentives, work motivation, and employee performance

UNMAS DENPASAR