

ABSTRAK

Muhamad Farhan Kholid 1158020196. **Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario**(studi kasus pada mahasiswa uin 2015-2018)

Maraknya persaingan yang semakin ketat, membuat perusahaan harus semakin memajukan produk yang mereka produksi agar dapat bersaing dengan produk yang ada di pasaran, salah satu strategi perusahaan yang harus dilakukan adalah untuk mempertahankan konsumen yang telah ada, dengan terus mempertahankan konsumen agar terus loyal terhadap perusahaan atau produk yang kita keluarkan, karena dengan adanya konsumen yang masih mempercayai produk yang kita keluarkan maka potensi gulung tikar pun akan berkurang, maka dari itu perusahaan perlu memikat calon konsumen dengan cara menanamkan main set bahwa produk kita lah yang lebih unggul dari produk manapun, karena semakin baik brand image (citra merek) yang kita miliki maka semakin mudah tertarik pula konsumen untuk menggunakan produk yang kita edarkan di pasaran.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh positif Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, baik secara parsial maupun secara simultan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk Citra Merek menggunakan Kotler (2007) dalam Sulistyawati(2013), Kualitas Produk menggunakan Kotler and Armstrong (2012) dan Keputusan Pembelian menggunakan teori Kotler dan Keller (2009)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Asosiatif/hubungan dalam pendekatan Kuantitatif dengan jumlah sample sebanyak 100 orang dari seluruh mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dari Angkatan 2015-2018, dan menggunakan rumus Slovin dalam menghitung hasil penelitian dengan dibantu oleh aplikasi PC SPSS 20 *for windows*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan terbukti nyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil pengujian statistik dengan diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($69,056 > 1,66$). Kemudian didapatkan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,587 ini berarti seluruh variabel bebas (X) yakni Citra Merek dan Kualitas Produk mempunyai kontribusi sebesar 58,7 % atau berpengaruh sedang terhadap variabel terikat yakni Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario. Sisanya sebesar 41,3 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian