

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
KAWASAKI NINJA 250CC
(Studi Kasus Dealer PT. Surapita Unitrans Lumajang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



MOCHAMAD DIO

NIM: 215121952

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2019

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor ninja 250cc di Kabupaten Lumajang, baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan asosiatif kausal. Penelitian ini dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 40 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik insidental sampling. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji regresi linier berganda. melalui program SPSS 21 for windows. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial brand image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor ninja 250cc di dealer surapita unitrans Lumajang, sedangkan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor ninja 250cc di dealer surapita unitrans Lumajang. Dan secara simultan brand image, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor ninja 250cc di dealer surapita unitrans Lumajang. dengan koefisien determinasi (*R Square*) diperoleh nilai sebesar 0,568 yang menunjukkan bahwa 56,8% citra merek dapat dijelaskan oleh fitur dan persepsi harga sedangkan sisanya 43,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas produk dan Harga.



ABSTRAC

The purpose of this research is to know the influence of brand image, product quality and price of purchase ninja 250cc motorcycles in lumajang, either partially or simultaneous. This type of research is used deskriptif with the associative approach is causal. This research was conducted with a number of respondents as many as 40 of the respondents. Sampling techniques used are incidental sampling techniques. Hypothesis testing is done by multiple linear regression test. through the program SPSS 21 for windows. Research results showed partially brand image effect significantly to purchase decisions motorcycle 250cc ninja in Lumajang unitrans surapita dealers. While the variable quality of products and prices significantly to influential buying decision motorcycle ninja 250cc in Lumajang unitrans surapita dealer. And simultaneously brand image, product quality and prices significantly to influential buying decision motorcycle 250cc ninja in Lumajang unitrans surapita dealer. with a coefficient of determination (R Square) obtained the value of 0.568 showed that 56.8% brand image can be explained by the features and price of perception while the rest 43.2% of purchase decisions are influenced by other variables that are not examined in this study.

Keywords: Brand Image, product quality and price.

