

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi pada Konsumen Honda PCX PT. Tunas Dwipa Matra Cabang Antasari)

Oleh :

Nyoman Anggi Krisdayanti

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan *brand image* sebagai variabel intervening (Studi pada Konsumen Honda PCX PT. Tunas Honda Dwipa Matra Cabang Antasari). Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah *sampling* jenuh atau sering disebut juga sensus. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua populasi dijadikan sampel. Berdasarkan penjelasan diatas, maka yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh dari populasi yang diambil, yaitu seluruh konsumen motor Honda PCX PT. Tunas Dwipa Matra Cabang Antasari dengan 189 konsumen. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa 1) Kualitas Produk berpengaruh terhadap *Brand Image* Honda PCX. 2) Harga berpengaruh terhadap *Brand Image* Honda PCX. 3) *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Honda PCX. 4) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Honda PCX. 5) Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Honda PCX. 6) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* Honda PCX. 7) Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* Honda PCX. Diharapkan PT. Tunas Dwipa Matra Antasari dapat mempertahankan serta meningkatkan sosialisasi tentang kualitas produk dan harga terhadap pengguna Honda PCX.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS WITH BRAND IMAGE AS AN INTERVENING VARIABLE

**(Study on Honda PCX Consumers PT. Tunas Honda Dwipa Matra Antasari
Branch)**

By :

Nyoman Anggi Krisdayanti

This research aims to determine the influence of product quality and price on purchasing decisions with brand image as an intervening variable (Study on Honda PCX Consumers PT. Tunas Honda Dwipa Matra Antasari Branch). In this research, the sample used is saturated sampling or often called a census. Another term for a saturated sample is a census, where the entire population is sampled. Based on the explanation above, the samples in this research will be the entire population taken, namely all Honda PCX PT motorbike consumers. Tunas Dwipa Matra Antasari Branch with 189 consumers. The results of this research state that 1) Product Quality influences the Honda PCX Brand Image. 2) Price affects the Honda PCX Brand Image. 3) Brand Image influences Honda PCX Purchase Decisions. 4) Product quality influences Honda PCX purchasing decisions. 5) Price influences Honda PCX purchasing decisions. 6) Product quality influences purchasing decisions through the Honda PCX brand image. 7) Price influences purchasing decisions through the Honda PCX Brand Image. It is hoped that PT. Tunas Dwipa Matra Antasari can maintain and increase outreach about product quality and prices to Honda PCX users.

Kata Kunci: Product Quality, Price, *Brand Image*, Purchasing Decisions