

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat di Kota Kupang. Rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat di Kota Kupang, dan apakah ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat di Kota Kupang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat di Kota Kupang, dan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat di Kota Kupang.

Penentuan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Kupang yang menggunakan sepeda motor honda beat. Kemudian karna populasi tidak diketahui, maka penentuan sampel menggunakan rumus rasio proporsional menghasilkan 96 orang jumlah responden masyarakat di Kota Kupang yang menggunakan sepeda motor honda beat. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui *googleform*. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, Uji parsial (uji t), Uji simultan(Uji F), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel keputusan pembelian diatas, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 77,9 – 83,4. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 403,2 dan nilai rata-rata indeks untuk variabel keputusan pembelian yaitu sebesar 80,64 berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel kualitas produk, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 72,8 – 82,3. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 621,3 dan nilai rata-rata indeks untuk variabel kualitas produk yaitu sebesar 77,66 berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel citra merek, nilai indeks setiap indikator berkisar antara 74,8 – 81,6. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 540,5 dan nilai rata-rata indeks 77,21 berada dalam kategori tinggi.

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda  $Y = 3,807 + 0,301 X_1 + 0,327 X_2$ . Diketahui konstan regresi sebesar 3,807, koefisien regresi  $b_1 = 0,301$ , dan koefisien regresi  $b_2 = 0,327$ . Nilai konstan sebesar 3,807 artinya jika nilai kualitas produk ( $X_1$ ), dan citra merek ( $X_2$ ) sama dengan nol, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) memiliki nilai sebesar 3,807 satuan. Koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,301 artinya jika nilai kualitas produk ( $X_1$ ) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,301 satuan. Koefisien regresi bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif dari kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Koefisien regresi ( $b_2$ ) sebesar 0,327 artinya jika citra merek ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,327 satuan. Koefisien regresi bernilai positif, artinya terdapat pengaruh positif dari citra merek ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

Implikasi Terapan: Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa masukan sebagai berikut. Dengan diketahui bahwa variabel citra merek dalam keputusan pembelian sepeda motor honda beat itu berada dalam kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator citra merek mendapatkan respon yang baik maka hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan. Karna dengan adanya citra merek yang baik, konsumen akan lebih mempercayai keunggulan dan kualitas dari produk tersebut. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar meneliti lebih jauh lagi tentang indikator citra merek, hal ini dikarenakan rata-rata indeks pada variabel citra merek masih dalam kategori tinggi namun indeks rata-ratanya masih berada di bawah variabel lainnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat di Kota Kupang, secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat di Kota Kupang, dan secara simultan kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat di

Kota Kupang.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.**