

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N Max di Tulungagung**” ini ditulis oleh Ayu Safithri, NIM 1742153316, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dibimbing oleh Dr. Ali Mauludi, AC., M.A.

Dalam dunia persaingan industri transportasi di Indonesia khususnya sepeda motor, keputusan konsumen merupakan faktor penting dalam meningkatkan penjualan dan layak tidaknya sebuah produk tersebut diterima di masyarakat. Terdapat beberapa elemen yang mampu mempengaruhi keputusan konsumen diantaranya meliputi citra merek (*Brand Image*), Kualitas Produk, dan Harga. Apabila konsumen memiliki kesan yang baik atau positif terhadap citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap suatu produk maka, akan mempengaruhi dan meningkatkan suatu keputusan pembelian oleh konsumen. Penguatan citra merek, kualitas produk, dan harga yang baik juga digunakan perusahaan-perusahaan sepeda motor untuk memenangkan persaingan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, dengan tujuan untuk melihat hubungan citra merek (*Brand Image*), kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Insidental Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 190 responden yaitu konsumen masyarakat Tulungagung yang membeli dan menggunakan sepeda motor Yamaha N Max. Tahap selanjutnya, data kuesioner yang dianalisis dengan regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek (*Brand Image*), kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: Citra Merek (*Brand Image*), Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Brand Image, Product Quality and Prices on Motorcycle Yamaha N Max Purchase Decisions at Tulungagung City" written Ayu Safithri, NIM 1742153316, Faculty of Economics and Islamic Business State Islamic Institute Tulungagung, with Dr. Ali Mauludi, AC., M.A. as Advisor.

In the global competition industry transportation in Indonesia especially is motorcycles, consumer decisions are an important factor in increasing sales and whether or not a product is acceptable in the community. There are some elements consumers can influence decision among others include brand image, quality products, and prices. When consumers have the impression good positive on brand image, product quality, and price to a product hence, it will increase and increase purchasing decisions by consumers. Strengthening brand image, product quality, and prices used by motorcycle companies to win the competition in the market.

This type of research is associative research, with the aim to see the relationship of brand image, product quality and price to the purchase decision of a Yamaha N Max motorcycle in Tulungagung. The technique used in taking samples in this research is incidental sampling. The number of samples used in this research were 190 respondents, namely consumers of the Tulungagung community who bought and used Yamaha N Max motorcycle. The next step, questionnaire data analyzed by multiple linear regression were used to prove the research hypothesis. The results of the research show that brand image, product quality and price significantly influence purchasing decisions partially or simultaneously.

Keyword: Brand Image, Quality Product, Price and Purchasing Decision