

ABSTRAK

Anggi Iskandar (1199240019): “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Genio (Penelitian Pada Pengguna Sepeda Motor Honda Genio di Kota Bandung)”

Penelitian ini berawal dari adanya perkembangan alat transportasi terjadi begitu pesat seiring dengan kebutuhan masyarakat dewasa ini khususnya alat transportasi sepeda motor. Dan pokok masalahnya adalah kurangnya keputusan pembelian sepeda motor Honda Genio sehingga menuntut para perusahaan untuk bisa meningkatkan kualitas produknya sehingga lebih unggul dari para pesaingnya dan harga juga menjadi salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian pada suatu produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Genio pada pengguna sepeda motor Honda Genio di Kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pengguna sepeda motor Honda Genio di Kota Bandung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* sebanyak 100 responden. Teknik pengolahan data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian diketahui bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,003 > 1,985$ dan nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 yaitu $0,001 < 0,05$. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,435 > 1,985$ dan nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 yaitu $0,001 < 0,05$. Kualitas Produk dan Harga terbukti secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $76,937 > 3,09$ dan nilai signifikansinya lebih rendah dari 0,05 yaitu $0,001 < 0,05$. Nilai dari *R Square* sebesar 0,605. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikat adalah sebesar 60,5%, dan sisanya 39,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

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