

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada CV. Tjahaja Baru Solok dengan brand image sebagai variabel intervening, baik secara parsial maupun bersama-sama. Metode penelitian pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan jumlah sampel yang diteliti 98 konsumen yang menjadi pelanggan atau yang melakukan pembelian sepeda motor Yamaha pada CV. Tjahaja Baru Solok. Metode analisis menggunakan analisis regresi berganda dan path analysis. Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan temuan sebagai berikut: kualitas produk memberikan pengaruh langsung lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui brand image sebagai variabel intervening. Dan harga memberikan pengaruh langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui brand image sebagai variabel intervening. Dan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun secara bersama-sama antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha pada CV. Tjahaja Baru Solok dengan brand image sebagai variabel intervening. Kontribusi variabel Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai variabel intervening berpengaruh sebesar 73,3% sedangkan sisanya 26,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

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