

ABSTRAK

Intan Tri Rahayu, 15101155310381, Manajemen, 2020, “Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Scoopy Di CV. Ayako Padang”, dibawah bimbingan Bapak Dr.Yulismi, S.E, M.M dan Bapak Robby Dharma, S.E, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, desain produk, dan harga terhadap keputusan pembelian motor honda scoopy di CV. Ayako Padang. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis linear regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh citra merek, desain produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor honda scoopy. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Besarnya koefisien determinasi (*R Square*) adalah sebesar 79,3% yang artinya 79,3% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel independen, sedangkan sisanya 20,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Citra Merek, Desain Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Intan Tri Rahayu, 15101155310381, *Management*, 2020. “*The Influence of Brand Image, Product Design, and Price on Purchase Decision Honda Scoopy Motorcycle in CV. Ayako Padang*”, under the guidances of Mr. Dr. Yulasmi, S.E, M.M and Mr. Robby Dharma, S.E, M.M.

The purpose of this research is to know brand image, product design, and price influence purchase decision Honda Scoopy motorcycle in CV. Ayako Padang. The method analysis of the research used multiple linear regression analysis.

The result of this research indicates that human resource of brand image, product design, and price simultaneously are significant influences on purchase decision. The result of this research indicates partial show that brand image is significant influence purchase decision, product design is significant influence product decision, and price is significant influence purchase decision. The amount of the determination coefficient (R Square) is 79,3% which means that 79,3% of purchase decision are the influence of the independent variables, while the remaining 20,7% influence by other variables which aren't included in this research.

Key Words: Service Quality, Trust, Commitment, Loyalty