

ABSTRAK

Letsmi Ervita Sari, NoBp 16101155310027. Jurusan Manajemen, 2020 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada PTHAYATI PRATAMA MANDIRI Kab. Dharmasraya. Dibawah pembimbing I Bapak Dr. Yulasmu, S.E, M.M dan pembimbing II Ibuk Della Asmaria Putri, S.E, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh kualitas produk, citra merek terhadap keputusan pembelian honda scoopy dengan minat beli sebagai variabel intervening pada PT HAYATI PRATAMA MANDIRI Kab. Dharmasraya. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner disebarkan sebanyak 94 responden. Adapun secara keseluruhan analisis data ini menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil Uji t yaitu: a) Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. b) Citra merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. c) Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian. d) Citra merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. e) Minat beli mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji F terdapat pengaruh positif signifikan secara bersama-sama Kualitas Produk, Citra Merek, Minat beli terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Minat Beli dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Letsmi Ervita Sari, NoBp 16101155310027. Department of Management, 2020 Product Quality, Brand Image Against Honda Scoopy Purchasing Decisions With Purchase Interest as Intervening Variables in PT HAYATI PRATAMA MANDIRI Kab. Dharmasraya. Under supervisor I Mr. Dr. Yulasmi, S.E, M.M and supervisor II Ibuk Della Asmaria Putri, S.E, M.M.

This study aims to examine how much influence product quality, brand image on purchasing decisions Honda Scoopy with purchase intention as an intervening variable at PT HAYATI PRATAMA MANDIRI Kab. Dharmasraya. The data were collected by using a questionnaire distributed by 94 respondents. As for the overall analysis of this data using SPSS 21.

The results of this study indicate the results of t test, namely: a) Product quality has a positive and significant interest in buying interest. b) Brand image that has a positive and significant interest in buying interest. c) Product quality has a significant positive influence on purchasing decisions. d) Brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions. e) Buying interest has a positive and significant influence on purchasing decisions. Physical Image, buying interest in Purchasing Decisions.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Purchase Interest and Purchasing Decisions