

Mustafid Halim, **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Vixion di Yamaha Yes Gresik.** Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Juli, 2018

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah *asosiatif* dengan pendekatan kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini meliputi harga, kualitas produk *brand image* dan keputusan pembelian. Populasi penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli dan memakai sepeda motor di Yamaha Yes Gresik dengan jumlah yang tidak diketahui. Sampel yang digunakan sebanyak 96 responden yang diambil dengan cara *non probability sampling* dengan teknik *sampling incidental*. Dan metode pengumpulan data nya menggunakan kuisisioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, *Brand Image*, keputusan pembelian

Mustafid Halim, **the influence of price, product quality and *brand image* Of the purchase of the Yamaha Vixion Yamaha Yes in Gresik.** Management, Faculty of Economics and business, University of Muhammadiyah Gresik, July, 2018

ABSTRACT

This study aims to describe the influence of the price of the purchase, the influence of the quality of products towards purchasing decisions and *brand image* against a purchasing decision. The type of research that is *associative with the approach of the quantitative*. Variables in the penelian this includes the price, the quality of the product *brand image* and purchase decisions. This research population is all of the consumers who buy and wear motorcycle Yamaha Yes Gresik with an undisclosed amount. The sample used as many as 96 respondents taken by way of *a non probability sampling* with *incidental sampling* techniques. Data collection methods And his use of a detailed questionnaire. The data analysis used was multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that prices do not influence on purchasing decisions, product quality influence on purchasing decisions and *brand image* effect on purchasing decisions.

Keywords: price, product quality, *Brand Image*, purchase decisions