ABSTRAK

Minat konsumen terhadap produk sepeda motor semakin meningkat belakangan ini, apalagi ditunjang dengan kemajuan pesat para produsen dalam mengeluarkan produknya dengan berbagai macam varian merk dan harga dengan segala kemajuan teknologinya, yang mengakibatkan terdapat banyak pilihan bagi para konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Brand Image, Harga dan Pengembangan Produk terhadap keputusan pembelian produk motor jenis sporty.

Penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 200 orang konsumen motor jenis sporty. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan anlisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan brand image, harga dan pengembangan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk motor jenis sporty. Secara parsial diperoleh harga paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk motor jenis sporty , diikuti dengan pengembangan produk dan brand image.

Kata-kata kunci: Brand image, harga, pengembangan produk, dan keputusan pembelian produk

ABSTRACT

Consumer interest in products motorcycles increased lately, especially backed by the manufacturer of rapid advances in extracting the product with a variety of brands and price variance with all the technological advances, which have resulted in more choices for consumers.

This research aimed to find out how big the influence of Brand Image, Price and Product Development on product purchase decisions sporty type bike.

This research is deskriptif and verification. The method used is survey with data collection using questionnaires, interviews and documentation. This research was conducted by taking a sample of 200 consumers sporty type bike. Hypothesis testing using path analysis.

Results showed brand image, pricing and product development significantly influence the purchase decision sporty type of motor products. Partially obtained the most dominant influence on the price of product purchase decisions motor sporty types, followed by product development and brand image.

Key words: brand image, pricing, product development, and product purchase decisions