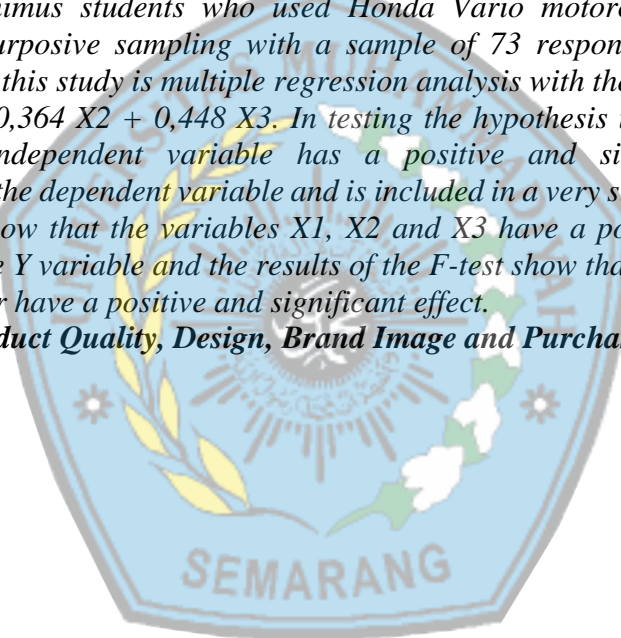


ABSTRACT

The number of automotive companies in Indonesia, especially motorcycles, will make consumers more selective in determining the choice of motorcycle brands that they will use as a means of transportation. There will be many considerations made by consumers before making choices to buy a product, for example, product quality, design and brand image.

This study aims to determine the effect of product quality, design and brand image on Honda Vario purchasing decisions on students of the University of Muhammadiyah Semarang. In this study quantitative research methods are used by collecting data using a questionnaire that uses a Likert Scale. The population in this study were Unimus students who used Honda Vario motorcycles. The sampling technique is purposive sampling with a sample of 73 respondents. The analytical method used in this study is multiple regression analysis with the results of $Y = -1,686 + 0,186 X1 + 0,364 X2 + 0,448 X3$. In testing the hypothesis in the correlation test shows each independent variable has a positive and significant correlation relationship to the dependent variable and is included in a very strong correlation. The t-test results show that the variables X1, X2 and X3 have a positive and significant influence on the Y variable and the results of the F-test show that the variables X1, X2 and X3 together have a positive and significant effect.

Keywords: Product Quality, Design, Brand Image and Purchasing Decisions.



ABSTRAK

Banyaknya perusahaan otomotif yang ada di Indonesia khususnya sepeda motor akan membuat konsumen lebih selektif dalam menentukan pilihan merek sepeda motor yang akan mereka gunakan sebagai alat transportasi. Akan ada banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum menentukan pilihan untuk membeli suatu produk misalnya, kualitas produk, desain dan citra merek.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain dan citra merek terhadap keputusan pembelian Honda Vario pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang menggunakan *Skala Likert*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Unimus yang menggunakan motor Honda Vario. Teknik pengambilan sampel yaitu *Purposive Sampling* dengan sampel sebesar 73 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan hasil $Y = -1,686 + 0,186 X_1 + 0,364 X_2 + 0,448 X_3$. Dalam pengujian hipotesis pada uji korelasi menunjukkan masing-masing variabel independen memiliki hubungan korelasi positif dan signifikan terhadap variabel dependen serta termasuk dalam korelasi yang sangat kuat. Hasil uji – t menunjukkan bahwa variabel X_1 , X_2 dan X_3 memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y dan dalam hasil uji – F menunjukkan bahwa variabel X_1 , X_2 dan X_3 secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Desain, Citra Merek dan Keputusan Pembelian.

