

ABSTRAK

Rahmat saleh, 2018; Pengaruh *Price* dan *Product quality* terhadap *Purchase decision* dengan *Brand image* sebagai *intervening* (Survey potential consumer produk sepeda motor Honda Spacy di Jakarta timur). Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Mohamad Rizan SE, MM & Agung Kresnamurti Rivai P SE, MM.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui apakah *price* berpengaruh terhadap *brand image* produk sepeda motor Honda Spacy. 2) Untuk mengetahui apakah *price* berpengaruh terhadap *purchase decision* produk sepeda motor Honda Spacy. 3) Untuk mengetahui apakah *product quality* berpengaruh terhadap *brand image* produk sepeda motor Honda Spacy. 4) Untuk mengetahui apakah *product quality* berpengaruh terhadap *purchase decision* product sepeda motor Honda Spacy. 5) Untuk mengetahui apakah *brand image* berpengaruh terhadap *purchase decision* produk sepeda motor Honda Spacy. 6) Untuk mengetahui pengaruh *price* terhadap *purchase decision* pada produk sepeda motor Honda Spacy dengan *intervening brand image*. 7) Untuk mengetahui pengaruh *product quality* terhadap *purchase decision* produk sepeda motor Honda Spacy dengan *intervening brand image*

Metode pengumpulan data menggunakan metode survey dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini adalah 250 responden pengguna sepeda motor Honda Spacy di Jakarta timur. Analisis data menggunakan Lisrel dan SPSS. Uji Hipotesis menghasilkan bahwa seluruh variabel berpengaruh terhadap *purchase decision* ($t\text{-value} > 1,96$)

Kata kunci: *Price, Product quality, Brand image, Purchase decision*

ABSTRACT

Rahmat saleh, 2018; *The Impact of Price and Product quality toward purchase decision with brand image as intervening (Survey potential consumer product Honda Spacy at east jakarta)*. Skripsi, Jakarta: Marketing Management Concentration, Management Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory: Dr. Mohamad Rizan SE, MM & Agung Kresnamurti Rivai P SE, MM.

The purpose of this research are: 1) To determine whether price affect to brand image of Honda Spacy. 2) To determine whether price affect to purchase decision of Honda Spacy. 3) To determine whether product quality affect to brand image Honda Spacy. 4) To determine whether product quality affect to purchase decision Honda Spacy 5) To determine whether brand image affect to purchase decision ofhonda Spacy. 6) To determine whether price affect purchase decision through brand image as intervening variableof Honda Spacy. 7) To determine whether product quality affect purchase decision through brand image as intervening variable at Honda Spacy.

In order collect data, this study using survey with questionnaire as it's instrument. Object of this study is 250 respondents user Honda Spacy at east Jakarta To analyze and process the data, this study use Lisrel and SPSS. Hypotheses test shows all variable effecting purchase decision ($t\text{-value} > 1,96$)

Keywords: Price, Product quality, Brand image , Purcahse decision

