

ABSTRAK

Haris Difa Anugrah. 2026, Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Banjarmasin. Skripsi, Program Studi S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Ansharullah, S.Ag, M.Fil.I.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Kota Banjarmasin. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada semakin ketatnya persaingan industri otomotif, khususnya sepeda motor, sehingga perusahaan dituntut untuk mampu membangun citra merek yang kuat serta menjaga kualitas produk guna memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan sepeda motor Honda di Kota Banjarmasin. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,581 dan signifikansi 0,000. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,242 dan signifikansi 0,008. Secara simultan, citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 70,228 dan signifikansi 0,000.