

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk, persepsi harga, dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy pada masyarakat Kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel yang diperoleh sebanyak 114 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F, serta koefisien determinasi, dengan menggunakan aplikasi SPSS 21.0

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa : (1) persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Scoopy. (2) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Scoopy. (3) daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Scoopy.

Kata Kunci : Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Daya Tarik Iklan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceptions of product quality, price perceptions, and attractiveness of advertisements on purchasing decisions of Honda Scoopy motorbikes in the people of Yogyakarta City. In this study the samples obtained were 114 respondents selected using the purposive sampling method with data collection techniques using a questionnaire. The analytical tool used is Multiple Linear Regression Analysis and using the validity test, reliability test, t test, F test, and the coefficient of determination, using the SPSS 21.0 application.

Based on the analysis, it has been found that: (1) perception of product quality has a positive and significant effect on the purchase decision of Honda Scoopy. (2) price perception has a positive and significant influence on Honda Scoopy purchasing decisions. (3) the attractiveness of advertising has a positive and significant effect on the purchase decision of Honda Scoopy.

Key Words : *Product Quality Perception, Price Perception, and Advertising Attractiveness.*