

**THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND BRAND IMAGE
REGARDING THE DECISION TO PURCHASE A MOTORCYCLE
IN GENERATION Y IN BANDAR LAMPUNG CITY**

ABSTRACT

By

Ivania Corrie Nandita

This study aims to determine the effect of product design, brand image and price on purchasing decisions for plastic container products in the people of Bandar Lampung city. The population in this study were people using plastic containers in the city of Bandar Lampung, and the sample took the entire population using the nonprobability sampling method. The results showed that the product design and price variables partially had a positive and significant effect on the decision to purchase plastic container products in the Bandar Lampung City Community. However, brand image partially has no positive and significant effect on the decision to purchase container products made of plastic in the Bandar Lampung City Community. The results of the study also show that product design, brand image and price simultaneously have a significant effect on the purchasing decision of plastic container products in the Bandar Lampung City Community. Meanwhile, based on the coefficient of determination (R^2) of 0.356 or 35.6%. This shows that 35.6% of the purchasing decision variable can be influenced by product design (X_1), brand image (X_2), and price (X_3). While the remaining 64.4% is found in other variables that are not present or not examined in this study.

Keywords: *Purchase Decision, Product Design, Brand Image, Price, Plastic Container*

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PADA
GENERASI Y DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

ABSTRAK

Oleh

Ivania Corrie Nandita

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada generasi Y di Kota Bandar Lampung. Populasi sasaran penelitian ini adalah masyarakat pengguna sepeda motor di kota Bandar Lampung, dan sampel mengambil keseluruhan dari populasi dengan menggunakan metode pengambilan sampel *nonprobability sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian Sepeda Motor pada generasi Y di Kota Bandar Lampung. Namun harga secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian Sepeda Motor pada generasi Y di Kota Bandar Lampung. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa d pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor pada generasi Y di Kota Bandar Lampung. Sedangkan berdasarkan pada koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,549 atau 54,9 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 54,9% variabel keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh desain harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan citra merek (X_3). Sedangkan sisanya 45,1% terdapat pada variabel lain yang tidak berada atau tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, harga, kualitas produk, Citra Merek, sepeda motor.