

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda beat (studi kasus di lingkungan Sempusari kec. Kaliwates). Populasi penelitian ini adalah para pembeli Sepeda Motor Honda Beat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (X1), harga (X2), dan harga (X3), memiliki pengaruh yang signifikan sebesar 39% terhadap variabel keputusan pembelian (Y) produk sepeda Motor Honda Beat di Kec. Kaliwates, sedangkan 61% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain seperti ekuitas merek, loyalitas konsumen dan lain-lain..

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the effect of product quality, price, and brand image of the decision to buy a Honda motorcycle beat (case study in Sempusari district Kaliwates). The population of this study is the buyers of Honda Beat Motorcycles. The result of research shows that product quality (X1), price (X2), and price (X3), have a significant influence of 39% on purchase decision variable (Y) epeda product of Honda Beat Motor in Kec. Kaliwates, while the other 61% are influenced by other factors such as brand equity, consumer loyalty and others.*

*Keywords: Product Quality, Price, Brand Image and Purchase Decision*