

ABSTRAK

Suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya adalah tergantung bagaimana perusahaan tersebut menguasai pasar karena penguasaan pasar tergantung pada perusahaan apa perusahaan dapat mengantisipasi setiap peluang dan ancaman yang akan datang perusahaannya seperti perubahan pada lingkungan pemasarannya dan mengantisipasi setiap perubahan yang terjadi dalam lingkungan serta menggunakan informasi yang tepat dalam pengambilan keputusan pembelian. Keputusan pembelian sebuah produk ini akan lebih efektif jika dibantu oleh beberapa strategi yaitu inovasi produk, *brand image* dan desainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, *brand image* dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor vario di Kecamatan Ambulu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Ambulu. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 70 responden. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor vario di Kecamatan Ambulu, variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor vario di Kecamatan Ambulu, variabel desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor vario di Kecamatan Ambulu.

Kata Kunci : inovasi produk, *brand image*, desain, keputusan pembelian



ABSTRACT

For a company to achieve its goals depends on how the company controls the market because market control depends on what company the company can anticipate every opportunity and threat that will come to the company such as changes in its marketing environment and anticipate every change that occurs in the environment and use the right information in making decisions. buying decision. The decision to purchase a product will be more effective if assisted by several strategies, namely product innovation, brand image and design. This research aims to analyze the influence of product innovation, brand image and design on purchasing decisions for Vario motorbikes in Ambulu District. This research uses quantitative research methods with a descriptive approach. The population in this study was the entire community of Ambulu District. The number of samples in this research was 70 respondents. In this research, non-probability sampling techniques were used. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this research show that the product innovation variable has a positive and significant effect on the decision to purchase a Vario motorbike in Ambulu District, the brand image variable has a positive and significant effect on the decision to purchase a Vario motorbike in Ambulu District, the design variable has a positive and significant effect on the decision to purchase a motorbike vario in Ambulu District.

Keywords:*product innovation, brand image, design, purchasing decisions*

