

PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA SCOOPY PT. ANUGERAH BARABAI

Della Kisnawati¹, Muthia Harnida², Periyadi³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 19310689

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1105036601

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1124048602

Email: dellakisnawatibil@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan mendalami informasi mengenai bagaimana konsumen PT Anugerah Barabai memilih sepeda motor Honda Scoopy yang akan mereka beli. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Dalam pelaksanaannya, digunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas untuk mengumpulkan data dari 50 responden. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan antara harga (variabel X1) dan persepsi terhadap merek (variabel X2) dengan keputusan pembelian (variabel Y). Harga dan pandangan terhadap merek menjadi faktor utama lainnya yang memiliki dampak yang sangat besar terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Kata Kunci: Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Buyung, S. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Tiga Roda di Toko Lico. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Candra, T. (2016). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghoali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Indah, D.R. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 11(1).
- Keller, K.L. (2013). *Strategic Brand Management*. England: Pearson.
- Kotler. (2013). *How to Create Win and Dominate Markets*. New York: Simon & Schuser Inc.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson.
- (2018). *Principles of Marketing*. England: Pearson.
- (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, N.K. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, 1(1).
- Sangadji, E. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Situmorang, S. (2017). *Riset Pemasaran*. Medan: Usu Press.
- (2018). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: Usu Press.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Supangkat, A.H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(9).

Teddy, A. (----). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood di Kota Bandung. *E-Proceedings of Management*, 7(3).

Tjipjono, F, & Candra. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjipjono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

----- (2016). *Pemasaran, Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.