**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, PROMOTION, AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS HONDA VARIO**

**IN THE CITY OF PADANG**
**Dori Gus Aldi1, Yulihar Mukhtar2, Nailal Husna2**1Department of Management, Faculty of Economics, University of Bung Hatta
2 Lecturer Department of Management, Faculty of Economics, University of Bung Hatta
E-mail: dorigus\_aldi@yahoo.co.id , yul\_mukhtar@yahoo.com , ella\_ubh@yahoo.com

**ABSTRACT**

This study aimed to determine the effect of product quality, price, promotion, and brand image on purchase decisions Honda Vario in the city of Padang. The sample in this study is that consumers who buy or use Motorcycles Honda Vario in Padang were 120 respondents. The sampling technique is purposive sampling. The data used is primary data through questionnaires. Data analysis method used is multiple linear regression analysis. Test the hypothesis by using the T-test statistical test to prove the effect of the independent variable on the dependent variable partially or individual.

The results of this study found that the quality of the product, price and brand image positive and significant impact on purchasing decisions. While promotion is not positive and significant impact on purchasing decisions Honda Vario in Padang.

Furthermore, the company advised the Honda Vario attention to the performance quality products, then offer price for each product and promotion done and improve its brand image.

*Keywords: Quality of Product, Price, Promotion, Brand Image, Purchase Decision*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

 **MOTOR HONDA VARIO DI KOTA PADANG**

**Dori Gus Aldi1, Yulihar Mukhtar2, Nailal Husna2**

1JurusanManajemen, FakultasEkonomiUniversitas Bung Hatta

2DosenJurusanManajemen, FakultasEkonomiUniversitas Bung Hatta

E-mail : dorigus\_aldi@yahoo.co.id , yul\_mukhtar@yahoo.com , ella\_ubh@yahoo.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Motor Honda Vario di kota Padang. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli atau menggunakan Sepeda Motor Honda Vario di Kota Padang berjumlah 120 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T-test statistik untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Vario Di Kota Padang.

Selanjutnya disarankan pada perusahaan Motor Honda Vario memperhatikan kinerja kualitas produknya, kemudian penawaran harga untuk setiap produk serta promosi yang dilakukan dan meningkatkan citra merek perusahaannya.

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