

# **PENGARUH *eWOM*, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KAWASAKI NINJA 250 FI DI KOTA PADANG**

Hendrizal Putra<sup>1</sup>, Mery Trianita, S.E, M.M<sup>2</sup>, Linda Wati, S.E, M.Si<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta  
E-mail: [hendrizal.putra7@gmail.com](mailto:hendrizal.putra7@gmail.com), [merytrianita@bunghatta.ac.id](mailto:merytrianita@bunghatta.ac.id), [linda@yahoo.co.id](mailto:linda@yahoo.co.id)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *eWOM*, citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli Kawasaki ninja 250 fi. Populasi adalah masyarakat yang berminat membeli Kawasaki ninja 250 fi, dengan jumlah sampel sebanyak 180 orang pengguna motor sport fairing yang cc nya dibawah 250 cc dan berminat membeli Kawasaki ninja 250 fi. Teknik yang digunakan dalam 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 F-test statistic untuk membuktikan pengaruh variable independen terhadap variable dependen secara simultan atau keseluruhan dan dengan menggunakan uji T-test statistic untuk membuktikan pengaruh variable dependen secara parsial atau individu.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa *eWOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Kawasaki ninja 250 fi di kota Padang. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Kawasaki ninja 250 fi di kota Padang. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Kawasaki ninja 250 fi di kota Padang.

***Kata kunci: eWOM, Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli***

# **THE EFFECT OF *eWOM*, BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY TOWARDS INTEREST IN KAWASAKI NINJA 250 FI IN PADANG CITY**

Hendrizal Putra<sup>1</sup>, Mery Trianita, S.E, M.M<sup>2</sup>, Linda Wati, S.E, M.Si<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>*Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University*  
E-mail: [hendrizal.putra7@gmail.com](mailto:hendrizal.putra7@gmail.com), [merytrianita@bunghatta.ac.id](mailto:merytrianita@bunghatta.ac.id), [linda@yahoo.co.id](mailto:linda@yahoo.co.id)

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of eWOM, brand image and product quality on buying interest of Kawasaki ninja 250 fi. The population is the people who are interested in buying Kawasaki ninja 250 fi, with a total sample of 180 sport fairing motorcycle users whose cc is below 250 cc and interested in buying Kawasaki ninja 250 fi. The technique used in sampling is purposive sampling. The type of data used is primary data through questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. Hypothesis testing using F-test statistics to prove the effect of independent variables on the dependent variable simultaneously or as a whole and by using the T-test statistical tests to prove the effect of the dependent variable partially or individually.*

*The results of this study found that eWOM had a positive and significant effect on buying interest of Kawasaki ninja 250 fi in Padang city. Brand image has a positive and significant effect on buying interest of Kawasaki ninja 250 fi in Padang City. Product quality has a positive and significant effect on buying interest of Kawasaki ninja 250 fi in Padang City.*

***Keywords: eWOM, Brand Image, Product Quality, Purchase Interest***