**ABSTRAK**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA**

**(Studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna Sepeda Motor Honda di Harjosari I)**

MHD AMIN RAIS DLY

NPM : 143114202

Penelitian ini berjudul “pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek honda (studi kasus pada masyarakat pengguna sepeda motor merek honda di harjosari I)” tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang masyarakat pengguna sepeda motor honda di harjosari I.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner yang diberi pada responden. Data diproses menggunakan SPSS versi 20.0 for windows. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan rumus y = a + + + e, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan rumus uji t (parsial).

Hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan Y= 5,143+0,554+0,607+e dimana pengaruh persepsi harga dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (r2) diperoleh sebesar 0,513% yang berarti bahwa variabel persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda diharjosari I.

Mengetahui diterima tidaknya hipotesis penelitian ini, digunakan uji simultan (Uji F) diperoleh bahwa nilai fhitung 51,165 > ftabel 3,15, maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga semua variabel bebas (persepsi harga dan kualitas produk) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

Sedangkan uji t (parsial) yang diperoleh dari persepsi harga () dan kualitas produk () adalah thitung 4,780 > ttabel 2,657. Dengan demikian Ha diterima karena thitung > ttabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi harga dan kualitas produk atau variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian atau varabel terikat pada masyarakat harjosari I.

*Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian*