

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli sepeda motor matic honda di kota Cirebon. Faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah citra merek dan kualitas produk sebagai variabel independen. Sedangkan minat beli sebagai variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis explanatory research tipe kasual. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling yang sesuai dengan karakteristik responden. Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi, analisis regresi linier berganda, dan koefisien determinasi pada taraf signifikan 5%. Hasil penelitian mengemukakan bahwa pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli sebesar 49,3%, sedangkan sisanya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Citra merek, Kualitas Produk Dan Minat beli.

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of brand image and product quality on buying interest in Honda matic motorbikes in the city of Cirebon. The factors tested in this study are brand image and product quality as independent variables. While buying interest as the dependent variable. The research method used in this research is a quantitative approach with a casual type of explanatory research. The sampling technique uses a sampling technique that matches the characteristics of the respondent. While the analysis method used in this research is correlation analysis, multiple linear regression analysis, and the coefficient of determination at a significant level of 5%. The results showed that the effect of brand image and product quality on purchase intention was 49.3%, while the rest was the contribution of other variables not examined.

Keywords: *Brand image, Product quality and Purchase interest.*