

## **ABSTRAK**

Saat menjual produk, industri berfokus pada kualitas produk. Harga Bauran pemasaran, termasuk dari Kualitas Produk, harga, saluran distribusi dan promosi. Harga yang kompetitif mendorong pelanggan membeli barang untuk dilakukan perbandingan dengan barang lain yang berada pada pasar. Kualitas produk merupakan manfaat yang dapat diterima oleh pelanggan saat mereka membeli maupun menggunakan barang tersebut.

Skripsi ini memiliki tujuan guna tahu apakah kualitas produk dan harga memiliki pengaruh pada keputusan pembelian sepeda motor Honda. Data yang digunakan akan disebarkan kepada masyarakat Palembang dalam bentuk kuesioner.

Dari hasil data menjelaskan bila variabel yang memiliki kepengaruh adalah variasi harga, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,442. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,162. Perubahan harga mempunyai dampak yang lebih besar pada keputusan membeli jika dibanding perubahan kualitas produk.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

When selling products, the industry focuses on product quality. Price Marketing mix, including product quality, price, distribution channels and promotion. Competitive prices encourage customers to buy goods to compare them with other goods on the market. Product quality is a benefit that customers can receive when they buy or use the item.

This thesis aims to find out whether product quality and price have an influence on the decision to purchase a Honda motorbike. The data used will be distributed to the people of Palembang in the form of a questionnaire.

The data results explain that the variable that has influence is price variation, with a regression coefficient value of 0.442. The regression coefficient value for the product quality variable is 0.162. Price changes have a greater impact on purchasing decisions than changes in product quality.

Keywords: Product Quality, Price and Purchasing Decisions