

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk, desain produk, promosi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Honda Vario di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel yang diperoleh sebanyak 125 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 22.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa persepsi kualitas produk, desain produk, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Persepsi Kualitas Produk, Desain Produk, Promosi dan Harga

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the Influence of perceive product quality, product design, promotion and price percepyion toward the purchase decision of Honda Vario on Muhammadiyah University of Yogyakarta. Subjects in this study were Muhammadiyah University of Yogyakarta students who using and had made purchases through Honda Vario. In this study the sample was 125 respondents selected using purposive sampling method and data collection technique by using questioners. The analysis tool used is Multiple Linear Regression Analysis using SPSS 22 application.*

*Based on the analysis that has been done obtained that the perceive product quality, product design, promotion and price have a positive and significant impact on purchase decision.*

*Keywords: Percieve Product Quality, Product Design, Promotion and Price.*