

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, harga, dan etika konsumsi islam terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kota Bukittinggi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada konsumen Honda Scoopy di Kota Bukittinggi serta beberapa wawancara singkat guna memperkuat hasil penelitian. Data dianalisis menggunakan teknik analisis statistik untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat dua variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yaitu citra merek dan harga. Sementara itu, kualitas produk dan etika konsumsi Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kualitas produk, citra merek, harga, dan etika konsumsi Islam tetap memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kota Bukittinggi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa citra merek dan harga menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sepeda motor Honda Scoopy.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Etika Konsumsi Islam dan Keputusan Pembelian