



---

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MERK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM DI TOKO JWM VARIASI  
MOTOR (PAS LAMPU MERAH TALANG BOGOR)**

**Diyah Purwaningsih<sup>1</sup>, Alfen Edison Isliko<sup>2</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok

[Diyahsidik@gmail.com](mailto:Diyahsidik@gmail.com)<sup>1</sup>, [alfenisliko583@gmail.com](mailto:alfenisliko583@gmail.com)<sup>2</sup>

---

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, dan citra merk terhadap keputusan pembelian helm di toko JWM variasi Motor (pas lampu merah talang Bogor). Jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian menjelaskan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesiner. Metode analisis data yang di gunakan adalah regresi linier analisis skala rikert, angka penafsiran kuesiner, Uji Validitas, Uji Realibilitas, Metode suksetif interval (MSI), regresi sederhana, regresi berganda, korelasi berganda, serta koefisien determinasi (Kd), Uji t, Uji f. Pemilihan Sample dilakukan dengan cara sampling aksidental. Adapun sample tersebut berjumlah 86 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil regresi menunjukkan bahwa Hasil regresi menunjukkan bahwa 38,7% faktor-faktor keputusan pembelian dapat di jelaskan kualitas produk, dan Citra merk terhadap keputusan sedangkan sisanya 61,3% di jelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk citra merk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis yaitu nilai hitung ( $27,847 > F_{tabel} (3,10)$ ). Hasil uji t menunjukan bahwa variabel kualitas produk menunjukkan hasil analisis hitung ( $3,142$ ), variabel citra merk menunjukkan hasil analisis hitung ( $2,669$ ) dimana  $t_{tabel} (1,988)$  maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko JWM Variasi Motor (pas lampu merah talang Bogor). Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian di Toko JWM Variasi Motor (pas lampu merah talang Bogor)

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merk, Keputusan Pembelian**

**Abstract**

*The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality, and brand image on the decision to buy a helmet at the JWM variation Motor shop (at the red light gutters in Bogor). The type of research used is explanatory research with the research method of collecting data using a questionnaire. The data analysis method used is linear regression rickert scale analysis, questionnaire interpretation numbers, validity test, reliability test, interval successive method (MSI), simple regression, multiple regression, multiple correlation, and the coefficient of determination (Kd), t test, test f. Sample selection is done by accidental sampling. The sample is 86 respondents, using multiple linear regression analysis. The results of the regression show that the results of the regression show that 38.7% of the purchasing decision factors can be explained by product quality, and brand image on the decision while the remaining 61.3% is explained by other factors not examined in this study. While the F test shows that simultaneously the brand image product quality variable simultaneously has a positive and significant effect on purchasing decisions with the results of the analysis, namely the value of fcount ( $27.847 > F_{table} (3.10)$ ). The results of the t test show that the product quality variable shows the results of the tcount analysis ( $3.142$ ), the brand image variable shows the results of the tcount analysis ( $2.669$ ) where  $t_{table} (1.988)$  so partially both variables have a positive and significant effect on purchasing decisions at Toko JWM Variation Motor (at the red light gutter Bogor). The dominant variable influencing purchasing decisions at the JWM Variation Motor Store (at the Bogor gutter red light)*

**Keywords: Product Quality, Brand Image, Purchase Decision**

(\*) Corresponding Author : Diyah Purwaningsih<sup>1</sup>, [Diyahsidik@gmail.com](mailto:Diyahsidik@gmail.com)<sup>1</sup>

---

## **INTRODUCTION**

Sepanjang sejarahnya, helm merupakan bagian dari baju besi peradaban Yunani kuno, Roma klasik hingga Abad Pertengahan, hingga akhir abad ke-7, helm banyak digunakan di seluruh Eropa hingga Jepang. Saat itu bisa dikatakan fungsi helm hanya untuk keperluan militer. Helm dapat melindungi kepala prajurit dari senjata musuh, panah yang masuk, atau bahkan peluru yang bergerak lambat.

Kemudian sekitar tahun 1670, penggunaan helm menurun, karena kekuatan dan kecepatan peluru senapan meningkat pesat, dan pada abad ke-18 tidak ada tentara yang memakai helm. Kemudian, dari waktu ke waktu, helm juga berkembang yang sebelumnya hanya digunakan untuk keperluan militer, kemudian digunakan untuk keperluan lain, termasuk yang membutuhkan pelindung kepala, misalnya dalam olahraga dan mengendarai kendaraan bermotor. Menurut website Wikipedia.org yang tidak menggunakan helm sepeda motor berawal dari kecelakaan sepeda motor. Angka kecelakaan sepeda motor di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Menurut data yang dihimpun Pusat Penelitian Transportasi dan Logistik (UGM) Universitas Gadjah Mada, jumlah kematian akibat kecelakaan mencapai lebih dari 30.000, atau 65% korban tewas adalah pengguna sepeda motor, kebanyakan karena cedera kepala. Dua fenomena tersebut mendorong Kementerian Perindustrian sebagai regulator mengeluarkan Peraturan Menteri No. 0/M-IND/Per/6/2008, yang menyetujui Standar Nasional Indonesia (SNI) 1811:2007 untuk helm roda dua. kendaraan bermotor, menjadi peraturan teknis pada 1 April 2010. Dalam peraturan tersebut, semua produsen termasuk importir helm harus memenuhi persyaratan SNI 1811:2007. Randall B. Ripley [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com), ada empat jenis kebijakan pemerintah yaitu 1) kebijakan distributif, 2) kebijakan regulasi persaingan, 3) kebijakan regulasi protektif, 4) kebijakan redistributif. Dari keempat jenis tersebut, kebijakan SNI helm termasuk kebijakan nomor tiga, dimana pemerintah berusaha melindungi masyarakat dengan memberlakukan syarat atau ketentuan pada kegiatan tertentu. Wajib helm bagi pengendara sepeda motor sudah berlaku sejak lama, namun baru pada tanggal 1 April 2010, UU No.22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan tidak hanya mensyaratkan asal penggunaan helm, tetapi helm tersebut harus benar-benar memenuhi standar keamanan yang memadai dengan menggunakan Standar Nasional Indonesia (SNI). Helm adalah pelindung tubuh yang dikenakan di kepala, biasanya terbuat dari logam atau bahan keras lainnya seperti Kevlar, fiberglass atau plastik. Helm sering digunakan sebagai pelindung kepala dalam berbagai kegiatan pertempuran (militer) atau sipil seperti olahraga, pertambangan atau olahraga motor. Helm dapat memberikan perlindungan tambahan pada bagian kepala (tergantung desainnya) terhadap benda yang jatuh atau benda yang berjatuh di beberapa negara, helm diwajibkan bagi pengendara sepeda motor, bahkan di beberapa negara non-pengendara sepeda motor. Di Inggris, hanya orang Sikh yang tidak boleh memakai helm karena harus memakai sorban. Helm digunakan untuk melindungi kepala pengendara sepeda motor pada kecelakaan lalu lintas. Pada awalnya Hoegeng Polri menyatakan wajib dipakai di Indonesia, namun ditolak keras saat itu, kemudian secara resmi ditetapkan dengan UU No 1 Tahun 1992, dan helm tersebut tetap digunakan. mendapat lisensi sebagai SNI (Standar Nasional Indonesia), lisensi ini hanya dapat digunakan di negara Indonesia karena 1 2 negara Eropa harus memiliki lisensi ECE dan USA harus memiliki lisensi DOT. Setiap negara memiliki kebijakannya masing-masing, dan hampir secara universal, helm yang baik setidaknya harus memiliki lisensi DOT dan helm Full Face, namun di Indonesia banyak helm yang berlisensi DOT dan Full Face. model dan fungsi yang bisa digunakan saat berkendara seperti penambahan fungsi bluetooth, dan juga model yang sangat unik seperti helm predator, helm predator ini memiliki bentuk yang sangat unik, karena helm ini didesain seperti monster predator. film Helm predator ini buatan anak negeri, pembuatan hanya bagian topeng dari bahan baku resin yang sangat kuat, helm ini menggunakan helm dari perusahaan HLEM, sehingga aman digunakan saat mengendarai mobil, karena helm adalah DOT berlisensi. dan setelah pembuatan topeng, topeng Predator harus dicat sesuai permintaan konsumen atau menerapkan pola. Helm predator ini dilengkapi dengan banyak fitur seperti lampu LED, pelek karet agar aman digunakan, rambut yang terbuat dari tali kepang dan perekat silikon di ujung rambut agar lebih percaya diri di jalan. Helm predator saat ini bukan lagi sekedar aksesoris bagi pengendara sepeda motor, melainkan sudah menjadi penunjang gaya hidup atau dibentuk saat berkendara khususnya pada motor besar atau bisa dibilang motor besar, tiga helm predator jarang dibutuhkan dikalangan masyarakat indonesia, namun karena tingginya permintaan. dari masyarakat luar, helm predator ini harganya sangat mahal ketika di pasaran di Indonesia, ketika helm predator ini mulai marak beberapa tahun terakhir, dimana permintaan helm meningkat setelah pendiri helm

Predator melakukan pemasaran. strategi Melihat angka-angka dari survei Top Brand Index, ada berbagai merek di audiens dan reputasi merek helm yang baik.

## METHODS

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu suatu penelitian dimana informasi dikumpulkan dari suatu sampel untuk mewakili seluruh populasi. Tujuan penelitian kuantitatif adalah sentinel (eksplorasi), deskriptif, eksplanatori (penjelas atau konfirmasi), evaluatif, prediktif atau prediktif, riset pasar dan pengembangan indikator sosial. Metode kualitatif mengumpulkan informasi tentang tempat-tempat alami (bukan buatan manusia) tertentu, tetapi peneliti melakukan perawatan pada kumpulan data dengan mendengarkan, misalnya, kuesioner, tes, wawancara terstruktur, dll.

## RESULTS & DISCUSSION

### Results

#### Uji Kualitas Data

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengetahui berbagai tanggapan atas responden adalah melakukan uji kualitas data. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah berbagai item pernyataan atau indikator yang digunakan tersebut valid atau tidak serta reliabel atau tidak. Hal ini penting karena salah satu syarat bahwa sebuah data dapat dilakukan uji hipotesis adalah harus valid dan reliabel. Dibawah ini disajikan hasil uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

#### 1. Uji Validitas

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Produk**

NO	PERNYATAAN	r hitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	spesifikasi_produk	0,347	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3
2	spesifikasi_produk	0,500	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3
3	kinerja_produk1	0,439	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3
4	kinerja_produk2	0,373	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3
5	kinerja_produk3	0,401	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3
6	tampilan_produk1	0,363	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3
7	tampilan_produk2	0,598	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3
8	tampilan_produk3	0,346	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai  $r_{hitung}$  yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan 0,3, sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan tentang variabel layout tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merk**

NO	PERNYATAAN	r hitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	pengertian_merek	0,367	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3
2	pengertian_merek	0,346	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3
3	pengertian_merek	0,542	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3
4	pengertian_citra1	0,464	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3
5	pengertian_citra2	0,490	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3
6	pengertian_citra3	0,306	VALID	Karena nilai r hitung > 0,3

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai  $r_{hitung}$  yang disajikan pada kolom Corrected Item-Total Correlation hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan 0,3, sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan tentang variabel penjadwalan produksi tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kelancaran Proses Produksi**

NO	PERNYATAAN	r hitung	SIMPULAN	TERANGAN
1	pilihan_produk1	0,491	VALID	nilai r hitung > 0,3
2	pilihan_produk2	0,413	VALID	nilai r hitung > 0,3
3	pilihan_produk3	0,468	VALID	nilai r hitung > 0,3
4	pilihan_merek1	0,355	VALID	nilai r hitung > 0,3
5	pilihan_merek2	0,413	VALID	nilai r hitung > 0,3
6	pilihan_saluran1	0,364	VALID	nilai r hitung > 0,3
7	waktu_pembelian1	0,307	VALID	nilai r hitung > 0,3
8	waktu_pembelian2	0,570	VALID	nilai r hitung > 0,3
9	metode_pembayaran1	0,562	VALID	nilai r hitung > 0,3
10	metode_pembayaran2	0,585	VALID	nilai r hitung > 0,3
11	metode_pembayaran3	0,317	VALID	nilai r hitung > 0,3

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai  $r_{hitung}$  yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan 0,3, sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan tentang variabel kelancaran proses produksi tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

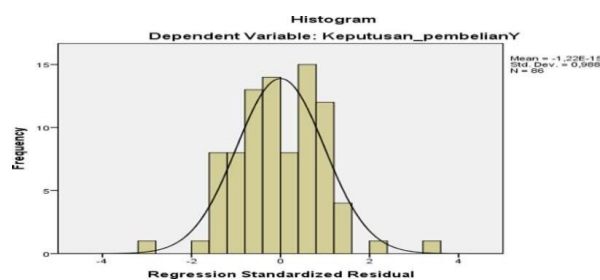
NO	VARIABEL	Cronbach a	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Kualitas Produk	0,721	Reliabel	Karena Cronbach a > 0,6
2	Citra merek	0,689	Reliabel	Karena Cronbach a > 0,6
3	Keputusan Pembelian	0,782	Reliabel	Karena Cronbach a > 0,6

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* yang tertera dalam tabel *Reability Statistic* (terlampir) hasil perhitungannya dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrument penelitian ini handal (reliabel) dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan uji kualitas data dan semua data yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam uji selanjutnya maka yang perlu dilakukan adalah uji asumsi klasik. Uji ini wajib dilakukan sebelum seseorang melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi (1) uji normalitas, (2) uji multikolonieritas dan (3) uji heteroskedastisitas.

### 1. Hasil Uji Normalitas



**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas**

Pada grafik histogram diatas terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian.

## 2. Uji Multikolinieritas

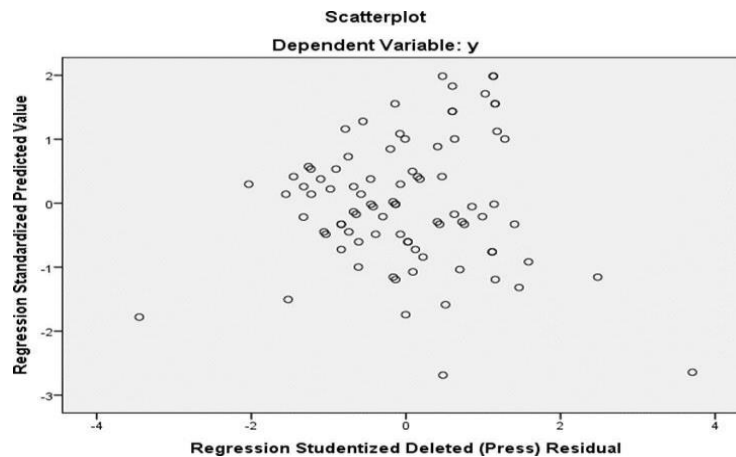
Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variable bebas atau tidak. Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai tolerance > 0,1 atau VIF < 5. Dibawah ini disampaikan hasil uji multikolinieritas dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) nya.

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas**

VARIABEL	COLLINEARITY STATISTICS			
	TOLERANCE		VIF	
	HASIL	SIMPULAN	HASIL	SIMPULAN
Kualitas Produk	0,688	> 0,1	1,454	< 5
Citra merek	0,688	> 0,1	1,454	< 5

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai tolerance variable independent yang ada yaitu di atas 0,1 serta nilai VIF semua variable independennya dibawah 5 yang berarti bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 2. Hasil Heteroskidastisitas Dengan Pendekatan Grafik**

Grafik *Scatterplot* diatas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar atas (tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas) serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan masukkan variable independennya.

### Hasil Uji Hipotesis

Setelah semua data dinyatakan layak untuk dilakukan uji selanjutnya, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus sementara atas jawaban rumusan tersebut yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis ini antara lain persamaan regresi, uji F (Uji simultan), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji t (uji persial).

## 1. Persamaan Regresi Linier Berganda

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14,439	4,596		3,142	,002		
	kualitas_produkX1	,400	,150	,273	2,669	,009	,688	1,454
	Citra_merekx2	704	,164	,439	4,287	,000	,688	1,454

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients Beta* di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = 14,439 \text{ Proses Produksi} + 0,400 \text{ Layout} + 0,704 \text{ Penjadwalan Produksi}$$

Yang berarti bahwa:

- Konstanta sebesar 14,439 yang berarti jika variabel kualitas produk dan citra merek dianggap nol, maka variabel keputusan pembelian hanya sebesar 14,439.
- Koefisien regresi variabel kualitas produk diperoleh nilai sebesar 0,400, yang berarti jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan satu poin, sementara variabel citra merek diasumsikan tetap maka kelancaran proses produksi juga akan mengalami kenaikan 0,400.
- Koefisien regresi variabel citra merek diperoleh nilai sebesar 0,704, yang berarti Jika variabel citra merek mengalami kenaikan satu poin, sementara variabel kualitas produk diasumsikan tetap maka keputusan pembelian produksi juga akan mengalami kenaikan 0,704.

## 2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

**Tabel 7. Hasil Uji F**

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	555,519	2	277,759	27,847	,000 <sup>b</sup>
	Residual	827,877	83	9,974		
	Total	1383,395	85			

a. Dependent Variable: Keputusan\_pembelianY

b. Predictors: (Constant), Citra\_merekx2, kualitas\_produkX1

Tabel di atas menunjukkan bahwa Fhitung yang diolah dengan SPSS adalah sebesar 27,847. Sementara itu nilai Ftabel yang dilihat pada tabel nilai-nilai untuk distribusi F adalah 3,11. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa Fhitung > Ftabel (27,847 > 3,11). Ini berarti bahwa variabel independent yang terdiri dari kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko JMW Variasi Motor (pas lampu merah talang Bogor)

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,634 <sup>a</sup>	,402	,387	3,15823

a. Predictors: (Constant), Citra\_merekx2, kualitas\_produkX1

c. Dependent Variable: Keputusan\_pembelianY

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,387 atau 38,7%. Yang berarti bahwa variabel independent berupa kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian sebesar 38% sedangkan sisanya 61,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

### 4. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah terakhir yang harus dilakukan adalah melakukan uji t atau yang lebih dikenal sebagai uji parsial. Jika uji F bertujuan untuk melihat pengaruh secara Bersama-sama, maka uji t ini bertujuan untuk melihat pengaruh variable independen pada variable terhadap variable dependennya secara parsial atau sendiri-sendiri. Jadi dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, citra merek terhadap keputusan pembelian di toko Jmw.

**Tabel 9. Hasil Uji t (Uji Parsial)**

VARIABEL	T		Sig		KESIMPULAN
	Thitung	Ttabel	HASIL	a = 5%	
kualitas produk	3.142	> 1,988	0,002	< 0,05	Berpengaruh Signifikan
Citra merek	2,669	> 1,988	0,009	< 0,05	Berpengaruh

Guna menentukan  $H_0$  maupun  $H_1$  yang ditolak ataupun diterima maka nilai thitung di atas dapat dibandingkan dengan nilai ttabel pada tingkat signifikansi 5%. Nilai ttabel pada tingkat signifikansi % ( $\alpha = 0,05$ ) adalah 1,988. Dengan membandingkan thitung dan ttabel maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko Jmw, karena thitung (3,142) > ttabel (1,988) serta nilai berpengaruh dibawah 0,05.
2. Secara parsial citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Jmw, karena thitung (2,669) > ttabel (1,988).

## DISCUSSION

Sesuai dengan latar belakang yang telah disampaikan diawal dimana sampai penjualn Helm di ketahui bahwa masih belum mencapai puncak penjualan tertinggi di banding competitor lain, dan guna mencegah dan timbulnya masala di masa yang akan datang khususnya di Toko jwm variasi motor (pas lampu merah talang Bogor) yang berhubungan dengan keputusan pembelian oleh konsumen terhadap penjualan Helm selaku Perusahaan peralatan perlingan lalu lintas yang menjalin kerja sama secara langsung, sehingga perlu penelitian diantaranya dengan menggunakan Variabel kualitas produk dan citra merk maka dengan setidaknya masalah tersebut mulai terjawab dari kedua variabel bebas yang di gunakan, bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan variabel citra merk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Hlem di Toko Jwm Variasi Motor (pas lampu merah talang Bogor) Jika di dibandingkan dengan berbagai penelitian yang di lakukan olrh penelitian sebelumnya, tentu hal ini lebih menguatkan penelitian-penelitian tersebut dimana selain faktor buaran

pemasaran barang dan jasa, faktor lain yang menentukan seseorang memutuskan untuk membeli produk adalah harga dan pelayanan.

Pada pengaruh kedua variabel independen dimana konsumen Toko Jwm Variasi Motor (pas lampu merah talang Bogor) lebih memperhatikan kualitas produk. Oleh karena itu kualitas produk merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian bagi Toko Jwm Variasi Motor (pas lampu merah talang Bogor).

Jika di lihat dari demografis konsumen Toko Jwm Variasi Motor (pas lampu merah talang Bogor), dimana sebagian besar konsumen yang ada di Toko Jwm Variasi Motor (pas lampu merah talang Bogor) memiliki tingkat penghasilan rata RP. 5.000.000 keatas namun cukup banyak juga yang konsumen yang memiliki penghasilan kurang dari RP 1.000.000 untuk dapat membeli Helm di Toko Jwm Variasi Motor (pas lampu merah talang Bogor). Hal tersebut menjadi variabel kualitas produk memiliki tingkat pengaruh yang tinggi karna kualitas produk yang baik mereka mencari dalam menentukan keputusan pembelian.

Dengan ini melihat uraian di atas, maka di katakan bahwa baiknya kualitas produk secara otomatis meningkatkan keputusan pembelian terhadap konsumen Toko Jwm Variasi Motor (pas lampu merah talang Bogor). Ada pada waktu tertentu di mana secara berpisah ataupun bersamaan produk Helm serta Citra merk di di berikan Toko Jwm Variasi Motor ikut meningkatkan pengaruh keputusan pembelian. Oleh sebab itu dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, Toko Jwm Variasi Motor dapat menganalisa keinginan konsumen dalam faktor kualitas produk. Sebagai Toko yang bergerak di perlindungan lalu lintas harus mampu menganalisa dan melihat kebutuhan dari kualitas produk bagi setiap konsumen dengan fakta demografis mereka masing-masing dengan baik.

Secara umum manajemen pemasaran merupakan analisis perencanaan, implementasi, dan pengendalian atas program-program yang didesain untuk menciptakan, membangun dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan-tujuan organisasional atau tujuan-tujuan perusahaan.

Tugas manajemen pemasaran dalam memasarkan produk perusahaan agar mencapai tingkat keuntungan jangka panjang perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidup dan pengembangan/pertumbuhan, adalah menciptakan permintaan akan produk perusahaan itu dan memenuhi permintaan tersebut.

Manajemen pemasaran merupakan suatu usaha untuk merencanakan, menerapkan yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan agar tercapai tujuan perusahaan secara efisien dan efektif.

## **CONCLUSION**

Sesuai dengan uraian-uraian di atas serta hasil analisis dan interpretasi data yang telah di jelaskan sebelumnya, maka dapat di ambil kesimpulan, sebagai berikut:

1. Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko JWM Variasi Motor (Pas Lampu Merah Talang Bogor).
2. Secara parsial Citra merk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko JWM Variasi Motor (Pas Lampu Merah Talang Bogor).
3. Secara simultan kualitas produk dan citra merk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko JWM Variasi Motor (Pas Lampu Merah Talang Bogor).

## **REFERENCES**

- Ardian, Reka. Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepercayaan Pendengar Pada Rspd Fm Kota Sukabumi: Manajemen Pemasaran. *Ekonomedia*, 2018, 7.01: 27-47.
- Arfah, Yenni. Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Aryandi, Julian; Onsardi, Onsardi. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2020, 1.1: 117-127.
- Firdayanti, Yolanda; Oktafani, Farah. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone 12 Di Kota Bandung. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 2023



- Friandi, Sendy Zul; Suwanto, Suwanto; Rifai, Danang. Pengaruh coaching dan mentoring terhadap perkembangan umkm fashion serta orientasi yang dimediasi kewirausahaan. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 2020, 4.1: 75-81.
- Ibrahim, Malik; Thawil, Sitti Marijam. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi Uniat*, 2019, 4.1: 175-182.
- Kewas, Graciela Margarith; Lopian, Joyce Slhv; Rogi, Mirah. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran dan Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Kepuasan Wisatawan China pada Best Western Lagoon Hotel Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2020, 8.4.
- Mardia, Mardia, et al. Strategi pemasaran. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Noer, Anugrah Ramadhani; Kusnadi, Edy; Praja, Yudha. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Situbondo Sport Center Futsal Kabupaten Situbondo Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2022, 1.1: 154-170.
- Susanti, Febsri; Gunawan, Ade Candra. Pengaruh bauran promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline di kota Padang. 2019.
- Saktiendi, Evan, et al. Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 2022, 1.2: 197-210.
- Suryanto, Dasep. Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Wali Nagari Koto Tinggi Kecamatan Baso Kabupaten Agam. *Jusie (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi)*, 2019, 3.02: 102-114.
- Sitanggang, Jhonson; Iswandi, Mei; Susilo, Herman. Pengaruh Variasi Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Dan Bukti Fisik Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Mandiri Cabang Pasar Pagi Lama Jakarta. *Jurnal Gici Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 2022, 14.2: 113-121.