

ABSTRACT

This study aims to determine the impact of product innovation, perceived quality and brand image on purchasing decisions of Yamaha NMax for SIP Gunungsari Surabaya. Opinion polls with quantitative methods according to the data used. The population and sample of this study are SIP Gunungsari Surabaya clients, with a total of 112 respondents. Data analysis technology uses validity testing and reliability testing of research tools. Use the SPSS24 program for the classical hypothesis test, general test, multiple correlation test, heterosexuality test, autocorrelation test, linear regression analysis, t test and F. Test results NMax from SIP Gunungsari in Surabaya.

Keywords: Product I/nnovation, Perceived Quality, Brand Image and Purchasing Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak *inovasi produk*, *perceived quality* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian Yamaha NMax untuk SIP Gunungsari Surabaya. Opini jajak pendapat dengan metode kuantitatif sesuai dengan data yang digunakan. Populasi dan sampel penelitian ini adalah klien SIP Gunungsari Surabaya, dengan total 112 responden. Teknologi analisis data menggunakan uji validitas dan pengujian reliabilitas alat penelitian. Gunakan program SPSS24 untuk tes hipotesis klasik, tes umum, tes korelasi ganda, tes heteroseksualitas, tes autokorelasi, analisis regresi linier, uji t dan uji F. Hasil penelitian Dampak inovasi produk, persepsi kualitas, dan pengambilan citra merek terhadap pembelian sepeda motor adalah Yamaha NMax dari SIP Gunungsari di Surabaya.

Kata kunci : *Inovasi Produk*, *Perceived Quality*, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian