

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
WORD OF MOUTH SEPEDA MOTOR HONDA PCX  
(Studi Kasus Pada Dealer Honda PT.Aries Putra Motor )**

**ABSTRAK**

**Oleh :**

**Mochamad Imron Wahyu**

**1961084**

**Dosen Pembimbing :**

**Dr. Siti Zuhroh, M.Si**

Skripsi ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh secara simultan dan parsial dalam proses *word of mouth* Honda PCX, dan juga diantara kedua variabel tersebut, variabel mana yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikatnya (*word of mouth*). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Adapun responden dalam penelitian ini adalah keseluruhan pengguna Honda PCX. Penentuan sampel menggunakan teknik non probability random sampling dan untuk mengambil jumlah masing-masing fakultas, peneliti menggunakan teknik accidental sampling, dengan kriteria pengguna Honda PCX. Teknik pengumpulan data dengan memberi kuesioner (google) pada responden dan dokumentasi. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t (parsial), uji R. Hasil pengujian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth*. Keduanya dapat disimpulkan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap *word of mouth*

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Word Of Mouth*

# **THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON WORD OF MOUTH OF HONDA PCX MOTORCYCLES**

## **ABSTRACT**

**By :**

**Mochamad Imron Wahyu**

**1961084**

**Supervisor :**

**Dr. Siti Zuhroh, M.Si**

This thesis uses quantitative research which aims to determine whether brand image and product quality have a simultaneous and partial effect on the processword of mouth Honda PCX, and also between the two variables, which variable has the most dominant effect on the dependent variable (*word of mouth*). This study uses a quantitative descriptive method. The number of samples in this study were 100 respondents. The respondents in this study were all Honda PCX users. Determination of the sample using a non-probability random sampling technique and to take the number of each faculty, researchers used an accidental sampling technique, with the criteria of Honda PCX users. Data collection techniques by giving questionnaires google to respondents and documentation. In proving and analyzing this, validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, t (*partial*) tests, R tests are used. The test results show that brand image has a significant effect onword of mouth and product quality has a significant effect on word of mouth. Both can be concluded that brand image and product quality have an effect on word of mouth

***Keywords:*** *Brand Image, Product Quality, and Word Of Mouth*