

ABSTRAK

Seiring berjalannya waktu pasar otomotif meluas ke daerah-daerah seperti di Bandung, pertumbuhan kendaraan sangat cepat di tambah kehidupan masyarakat yang semakin sibuk dengan aktivitas sehari-harinya menjadikan alat transportasi sebagai hal yang sangat penting dalam menunjang aktivitas tersebut. Perkembangan industri otomotif ini juga sejalan dengan semakin berkembangnya masyarakat yang mempunyai kegemaran dalam karakter kendaraan seperti vespa yang merupakan kendaraan berjenis skuter dimana perusahaan induk dari Vespa adalah Piaggio, merek ternama dari Italia. Salah satu hal yang penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat memenangkan suatu persaingan pasar, dalam hal ini keputusan pembelian dari seorang konsumen yang akan timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif.

Tujuan dari enelitian ini adalah untuk melihat pengaruh harga, kualitas produk dan *brand community* terhadap keputusan pembelian Vespa Piaggio pada mahasiswa di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Teknik pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 385 responden dengan sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah pernah membeli sepeda motor Vespa Piaggio, seorang mahasiswa dan berdomisili di Kota Bandung. Teknik sampling yang digunakan *purposive sampling*.

Hasil penelitian tersebut adalah variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor vespa Piaggio, tetapi variabel keualitas produk dan *brand community* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian untuk keseluruhan variabel pengaruh harga, kualitas produk dan *brand community* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, *Brand Cimmunity*, Keputusan Pembelian, Vespa Piaggio