

## ABSTRAKSI

Emanuel Susanto. M. L. Nomor Mahasiswa 152100062, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Kasus pada Konsumen Toyota Avanza yang melakukan service di PT. Nasmoco Bahtera Motor Yogyakarta) 2017. Pembimbing Susanta dan Lukmono Hadi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, citra merek, dan harga secara simultan dan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada, konsumen Toyota Avanza di PT. Nasmoco Bahtera Motor Yogyakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Yogyakarta yang membeli Toyota Avanza. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah data primer. data yang didapat secara langsung dari responden, data ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden.

Teknik yang di gunakan dalam penelitian ini, dengan menggunakan teknik kuesioner (Angket). Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif, statistik inferensial digunakan uji analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil uji penelitian seperti yang telah diuraikan terdapat pengaruh yang signifikan diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $16,487 > F_{tabel}$  sebesar  $0,794$  dan nilai  $p$  (probabilitas) sebesar  $0,000 < 0,05$  (5%). Disimpulkan bahwa kualitas produk ( $X_1$ ) citra merek ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ), dan diketahui variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), sebesar  $2,405 > t_{tabel}$  sebesar  $0,677$  dan nilai  $p$  (probabilitas) sebesar  $0,018$  atau  $1,8 < 0,05$  (5%). Citra Merek ( $X_2$ ) sebesar  $2,501 > t_{tabel}$  sebesar  $0,677$  dan nilai  $p$  (probabilitas) sebesar  $0,014$  atau  $1,4 < 0,05$  (5%) dan Harga ( $X_3$ ) sebesar  $3,152 > t_{tabel}$   $0,677$  dan nilai  $p$  (probabilitas) sebesar  $0,002$  atau  $0,2 < 0,05$  (5%) terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) pada produk Toyota Avanza. bahwa variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga sangat penting diperhatikan oleh perusahaan karena, dari hasil penelitian dan olah data ketiga variabel penelitian ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza.

Beberapa hal yang harus di perhatikan perusahaan adalah selalu menjaga produknya sehingga kedepannya memberikan kesan yang lebih baik dan tetap menjaga citra yang sudah dikenal baik oleh masyarakat luas agar kedepannya juga dapat selalu diterima oleh konsumen. Perusahaan Toyota harus membenahi dan menjaga Kualitas Produk Toyota Avanza, karena ada dua (2) item pertanyaan mengarah ke jawaban Netral, khususnya Toyota Avanza merupakan kendaraan yang handal dan memiliki plat body yang kuat/ kokoh. Perusahaan harus mampu mengatasi permasalahan tersebut guna memberikan keunggulan pada produk seiring dengan ketatnya persaingan yang ada.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Keputusan Pembelian.