

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI EXPANDER**

**(Survey Pada konsumen Mitsubitshi di yogyakarta)**

**RIXCO CAHYA KUSUMA**

**NIM : 141140135**

Mahasiswa program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

UPN “Veteran” Yogyakarta

[\(rixco97@gmail.com\)](mailto:rixco97@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, *brand image* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian mitsubishi expander di yogyakarta. Kualitas produk dengan Indikator Kinerja, Fitur, Keandalan, Kesesuaian, Daya Tahan, Kemampuan Pelayanan, Estetika, Kualitas yang Dipersepsikan. *Brand image* memiliki tiga indikator diantaranya *brand asosiation* yang terdiri dari warna, desain sedangkan *brand values* terdiri dari fungsional dan pengalaman indikator terakhir adalah brand positioning. *Brand Trust* memiliki indikator *Brand Reliability* dan *Brand Intentions*. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang merupakan jawaban dari kuisisioner berjumlah 100 sampel responden dari pengguna kendaraan pribadi Mitsubishi Expander. metode yang di gunakan adalah *non probability sampling* dan teknik pengambilan sampling dengan *purposive sampling*. Analisis datayang digunakan yaitu analisis deskriptif kuantitatif, frekuensi tabel interval, rekapitulasi data 100 responden, uji validitas dan realibilitas. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan hasil uji regresi berganda secara bersama-sama diketahui bahwa antar kualitas produk, *brand image*, *brand trust* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kualitas produk, *brand Image*, *brand trust*, keputusan pembelian