

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL GRAND NEW TOYOTA
FORTUNER**

(Survei pada komunitas Mobil Grand New Toyota Fortuner Di Yogyakarta)

HANANDA AGUSTA

NIM. 141140020

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

Hananda666@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Grand New Toyota Fortuner Di Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan kriteria: pernah membeli Mobil Grand New Toyota Fortuner sebelumnya dengan jumlah 63 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Grand New Toyota Fortuner Di Yogyakarta pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan nilai R Square sebesar 0.783, artinya 78.3% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen (Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek) dan sisanya yaitu 21.7% ($100\% - 78.3\% = 21.7\%$) dijelaskan oleh variable lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, ketiga variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek bernilai positif dan signifikan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek