

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN IKLAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Survei pada konsumen mobil Daihatsu Xenia di Yogyakarta)**

Rizki Pambudi

NIM. 141140264

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “veteran” Yogyakarta

[rizki.pambudi777@gmail.com](mailto:rizki.pambudi777@gmail.com)

**Abstraksi**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian mobil Daihatsu Xenia. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria : pernah membeli mobil Daihatsu Xenia minimal sekali dan memiliki SIM A dengan jumlah 110 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara simultan dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Harga, Kualitas Produk, dan Iklan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Daihatsu Xenia pada tingkat signifikansi  $0.000 < 0.005$ . Dan nilai R Square sebesar 0.279, artinya 27.9% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (Harga, Kualitas Produk, dan Iklan) dan sisanya yaitu 72.1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, ketiga variabel independen yang terdiri Harga, Kualitas Produk, dan Iklan bernilai signifikan.

**Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Iklan, Keputusan Pembelian**