PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA

(Survey pada Komunitas Mobil Toyota Avanza di Yogyakarta)

RACHMAD HABIBI

NIM. 141140064

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

gozihabibi@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan kriteria: pernah membeli Mobil Toyota Avanza sebelumnya dengan jumlah 67 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 Toyota Avanza 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% = 0,217) dijelaskan oleh variable lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, keempat 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