PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING DI YOGYAKARTA

MOHAMMAD SATRIAWAN ARDLI

NIM. 141150108

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta

mohammadsatriawan@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling di Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria: pernah membeli mobil Wuling sebelumnya dengan jumlah 150 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 Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling di Yogyakarta pada tingkat signifikansi 0.000 < 0.005. Dan nilai R Square sebesar 0.651, artinya 65.1% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga) dan sisanya yaitu 34.9% (100% - 65.1% = 34.9%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, variabel Citra Merek, bernilai positif dan tidak signifikan sedangkan variabel Kualitas Produk, dan Harga bernilai positif dan signifikan.

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