

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA PRODUK DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KENDARAAN DAIHATSU XENIA PADA TUNAS MOBILINDO PERKASA-TUNAS DAIHATSU WARUNG BUNCIT

Oleh

Farhan

NIM: 1718090

Administrasi Bisnis Otomotif

Tujuan Analisis ini untuk mengetahui pengaruh penetapan pembelian kendaraan Daihatsu Xenia melalui Presepsi Harga Produk dan Presepsi Kualitas Produk pada PT Tunas Mobilindo Perkasa-Tunas Daihatsu Warung Buncit. Contoh pada Analisis ini yaitu pengguna yang telah melakukan pembelian Mobil Daihatsu Xenia pada PT Tunas Mobilindo Perkasa-Tunas Daihatsu Warung Buncit paling tidak satu kali dalam melakukan pembelian kendaraan roda empat Daihatsu Xenia. Pada Analisis ini menggunakan data yang diambil langsung dengan berdasarkan Kuisisioner penelitian yang disebarkan kepada 40 responden. Data yang diperoleh menggunakan Teknik analisis partial Least Square (PLS) dengan menggunakan SmartPLS 3.0, Variabel eksogen yang diteliti telah terbukti berpengaruh secara positif terhadap variabel endogen. Kemudian melalui T Statistic dapat diketahui bahwa pengaruh persepsi harga produk terhadap keputusan pembelian ($t\text{-statistic } 3.500 > 1.960$ t-tabel) dan nilai P value 0.001. Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ($t\text{-statistic } 3.144 > 1.960$ t-tabel) dan nilai P value sebesar 0.002. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Harga Produk dan Persepsi Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Daihatsu Xenia pada PT Tunas Mobilindo Perkasa-Tunas Daihatsu Warung Buncit.

Kata Kunci : Harga Produk, Kualitas Produk dan Keputusan pembelian