

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL KIA SONET PADA PT WAHANA INDO TRADA (INDOMOBIL KIA PULOGADUNG)

Fitrah Arbi Risali

NIM: 1718099

(Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif)

Salah satu industri terbesar saat ini di Indonesia ialah otomotif. Industri ini membantu dalam membuka lapangan pekerjaan bagi ribuan pekerja serta berkontribusi pada pendapatan nasional tiap tahunnya. PT. Wahana Indo Trada adalah dealer resmi yang menjual kendaraan dan suku cadang serta melayani perbaikan kendaraan roda empat dengan merk dagang KIA. Dalam praktiknya, PT. Wahana Indo Trada masih menghadapi masalah penjualan yang menurun. kinerja karyawan di PT. Wahana Indo Trada masih menunjukkan ketidak konsistensian baik dalam hal penjualan unit kendaraan maupun unit *entry service*. Dengan adanya penurunan penjualan oleh karena hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil kia sonet pada PT Wahana Indo Trada (Indomobil Kia Pulogadung). Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan penyebaran instrumen penelitian yang berupa kuesioner terhadap customer PT. Wahana Indo Trada. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik slovin. Dengan populasi sebesar 100 maka di tentukan sampel sebanyak 80. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda yang dibantu dengan aplikasi SPSS. Tanggapan responden terhadap pernyataan – pernyataan tersebut kemudian dianalisis dengan metode kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis uji korelasi berganda, analisis uji regresi linier berganda, analisis uji koefisien determinasi, dan analisis uji hipotesis. Berdasarkan hasil uji t, citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $3.698 > t$ tabel 1,990. Persepsi harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $-2.367 < t$ tabel 1,990. kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $5.664 > t$ tabel 1,990. Berdasarkan hasil uji F, terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan variabel citra merek (X1) persepsi harga (X2) dan kualitas produk (X3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai F hitung $13,199 > F$ tabel 2,73. bahwa tidak pengaruh secara simultan dan signifikan variabel citra merek (X1) persepsi harga (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai F hitung $2,677 < F$ tabel 3,12. terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan variabel citra merek (X1) dan kualitas produk (X3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai F hitung $16,038 > F$ tabel 3,12. terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan variabel persepsi harga (X2) dan kualitas produk (X3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai F hitung $11,129 > F$ tabel 3.12

Kata kunci: citra merek, harga dan kualitas produk

