

## **ABSTRAK**

# **ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA YARIS PADA PT ASTRIDO YOS SUDARSO MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

Oleh

**Andhila Syanaz Embisa**

**NIM : 1719113**

**Administrasi Bisnis Otomotif**

PT Astrido Jaya Mobilindo Yos Sudarso merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri otomotif dibawah naungan Astra Group dan terfokus pada 3S (*Sales, Service dan Sparepart*). Perusahaan mengalami penurunan pada penjualan mobil yang berjenis *hatchback* yaitu Toyota Yaris, penurunan ini terjadi selama dua tahun berturut-turut yaitu pada tahun 2021 – 2022 dan tidak mencapai target penjualan yang telah ditentukan. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* ( $X_1$ ) dan Harga Produk ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) Melalui Minat Beli ( $Z$ ). Penelitian ini dimulai dengan penyebaran kuesioner kepada 30 responden yang membeli mobil Toyota Yaris di PT Astrido Yos Sudarso selama dua tahun tersebut yang digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas. Penggunaan metode analisis jalur diharapkan dapat membantu untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian melalui minat beli konsumen dengan menggunakan bantuan aplikasi SmartPLS 4.0 dan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian ini diperoleh (*brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli).

**Kata Kunci : *Brand Image*, Harga, Keputusan Pembelian, Minat Beli**

