

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL LISTRIK *AIR EV* DI PT ARISTA JAYA LESTARI – WULING GARUDA DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

Oleh

Tamsil Arsyiansyah

NIM: 1719034

Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

PT Arista Jaya Lestari – Wuling Garuda mengalami permasalahan yaitu rendahnya keputusan pembelian mobil listrik Wuling *Air ev* dibandingkan dengan jumlah calon konsumen yang melakukan *test drive* pada Agustus 2022 sampai dengan Mei 2023. Permasalahan ini diduga dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Harga Produk dan Minat Beli pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas (X_1) dan Harga Produk (X_2) dalam Keputusan Pembelian (X_4) mobil listrik *Air ev* di PT Arista Jaya Lestari – Wuling Garuda, dengan Minat Beli (X_3) sebagai faktor yang mediasinya. Populasi pada penelitian ini adalah 172 orang dan sampel sebanyak 120 responden yang membeli mobil listrik *Air ev* di Wuling Garuda pada periode Agustus 2022 – Mei 2023 dan penentuan sampel dilakukan dengan teknik *slovin*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*). Hasil persamaan analisis jalur pada Kualitas dan Harga Produk terhadap Minat Beli, dan Kualitas Produk, Harga Produk dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian yang diperoleh pada penelitian sub struktural I $X_3 = 0,099x_1 + 0,861x_2 + 0,422$ dan sub struktural II $X_4 = 0,425x_1 + 0,413x_2 - 0,185x_3 + 0,824$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli, Harga Produk juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hasil penelitian Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kemudian hasil penelitian Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian yakni Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan Minat Beli tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan berdasarkan hasil uji *Sobel* I didapatkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai variabel *intervening* dan hasil uji *Sobel* II didapatkan bahwa Minat Beli gagal memediasi pengaruh Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, harga produk, keputusan pembelian, minat beli.