

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening pada PT. Sardana Indah Berlian Motor.

ABSTRAK

Dewasa ini, perkembangan pesat sedang terjadi di dunia otomotif dimana persaingan antar produsen mobil semakin memanas sehingga semua dealer berlomba-lomba untuk memasarkan produk mereka dengan semaksimal mungkin tidak terkecuali dengan PT. Sardana Indah Berlian Motor yang membawahi merk MITSUBISHI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening pada PT. Sardana Indah Berlian Motor. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif kuantitatif dengan alat analisis Analisis Jalur (*Path Analysis*). Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* karyawan. Responden yang dipilih adalah customer yang berminat untuk membeli produk ataupun memiliki pengetahuan tentang produk tersebut di PT. Sardana Indah Berlian Motor yang berjumlah 91 orang. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner untuk mengumpulkan data dari variabel Kualitas produk, Harga, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian. Hasil analisis deskriptif untuk Kualitas Produk, Harga, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian pada PT. Sardana Indah Berlian Motor berada dalam kategori baik. Berdasarkan analisis Jalur, kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Image pada PT. Sardana Indah Berlian Motor. Kontribusi dari variabel Kualitas produk, Harga dan Brand Image menjelaskan variabel Keputusan pembelian sebesar 85,0% sedangkan sisanya 15% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Brand Image dan Keputusan Pembelian

The Influence of Product Quality and Price on Mitsubishi Xpander Car Purchase Decisions with Brand Image as an Intervening Variable at PT. Sardana Indah Berlian Motor.

ABSTRACT

Today, rapid developments are taking place in the automotive world where competition between car manufacturers is heating up so that all dealers are competing to market their products to the fullest extent possible, including PT. Sardana Indah Berlian Motor which oversees the MITSUBISHI brand. This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions for Mitsubishi Xpander cars with brand image as an intervening variable at PT. Sardana Indah Berlian Motor. This study used a quantitative associative method with the Path Analysis tool. The sampling technique used is the employee purposive sampling technique. The selected respondents are customers who are interested in buying the product or have knowledge about the product at PT. Sardana Indah Berlian Motor, totaling 91 people. The instrument used was a questionnaire to collect data from product quality, price, brand image and purchasing decisions. The results of the descriptive analysis for product quality, price, brand image and purchasing decisions at PT. Sardana Indah Berlian Motor is in the good category. Based on Path analysis, product quality and price have a positive influence on Purchasing Decisions through Brand Image at PT. Sardana Indah Berlian Motor. The contribution of the product quality, price and brand image variables explains the purchase decision variable by 85.0% while the remaining 15% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image and Purchase Decision