

PENGARUH CITRA MEREK MELALUI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOBIL DAIHATSU TERIOS DI SINGARAJA

Oleh
Putu Gilang Mas Suputra, NIM 1817041030
Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) citra merek terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (3) citra merek terhadap kualitas produk, (4) citra merek terhadap keputusan pembelian melalui kualitas produk pada Mobil Daihatsu Terios di Singaraja. Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian ini adalah Daihatsu Terios. Objek penelitian ini berfokus pada variabel citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 130 orang. Data primer dikumpulkan dengan teknik observasi, pencatatan dokumen dan kuesioner yang dianalisis dengan menggunakan analisis jalur. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk, (4) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kualitas produk pada Mobil Daihatsu Terios di Singaraja.

Kata-kata kunci: citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian

PENGARUH CITRA MEREK MELALUI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MOBIL DAIHATSU TERIOS DI SINGARAJA

Oleh
Putu Gilang Mas Suputra, NIM 1817041030
Jurusan Manajemen

Abstract

This study aims to examine the effect of (1) brand image on purchasing decisions, (2) product quality on purchasing decisions, (3) brand image on product quality, (4) brand image on purchasing decisions through product quality on Daihatsu Terios Cars in Singaraja. . The research design used in this study is causal quantitative. The subject of this research is Daihatsu Terios. The object of this research focuses on the variables of brand image, product quality and purchasing decisions. The number of samples used in this study amounted to 130 people. Data primer were collected by means of observation, document recording and questionnaires which were analyzed using path analysis. The results obtained in this study indicate that, (1) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, (3) brand image has a positive and significant effect on product quality, (4) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions through product quality on Daihatsu Terios Cars in Singaraja.

Keywords : brand image, product quality, purchasing decision

