

ABSTRAKSI

Pengusaha berusaha menciptakan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen, tidak terkecuali industri otomotif. Ada fenomena menarik dalam industri mobil, ternyata industri otomotif khususnya mobil tak pernah mengenal krisis. Dalam kondisi seperti ini, keputusan memilih merek turut berperan dalam gaya hidup modern, sehingga keinginan untuk membeli produk yang bermerek turut mewarnai pola konsumsi seseorang. Merek memiliki ciri khas yang membedakan produk yang satu dengan produk yang lainnya, walaupun sejenis. Permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk dan mempertahankan citra merek produk yang mereka miliki.

Tujuan dalam penelitian ini adalah : Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap citra merek. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan pembelian. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli mobil Toyota Avanza dan usia minimal 20 tahun, sampel yang di peroleh dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling adalah sebanyak 100 responden. Jenis data yang dipergunakan adalah data primer, dengan menggunakan metode pengumpulan data kuesioner. Alat analisis yang dipergunakan adalah path analysis.

Hasil pengujian di peroleh hasil : Kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek dengan arah positif. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan arah positif. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan arah positif.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian