

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU XENIA
DI PT ASCO PRIMA MOBILINDO JAKARTA**

Rizky Dewi¹

Rahayu Lestari²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Email: rahayulestari22@yahoo.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia di PT Asco Prima Mobilindo Jakarta. Penelitian dilakukan menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner. Data dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda melalui program SPSS versi 20. Dengan sampel sebanyak 100 orang yang diambil menggunakan metode *purposive sampling*, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia di PT Asco Prima Mobilindo Jakarta.

Kata kunci: Persepsi harga, citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of price perception, brand image, and product quality on the decision to purchase a Daihatsu Xenia car at PT Asco Prima Mobilindo Jakarta. The study was conducted using a survey method through the distribution of questionnaires. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method through version 20 of SPSS program. With a sample of 100 people taken using purposive sampling method, the results showed that price perception, brand image, and product quality partially had a positive and significant impact on Daihatsu car purchasing decisions. Xenia at PT Asco Prima Mobilindo Jakarta.

Keywords: *Price perception, brand image, product quality, purchasing decision*

PENDAHULUAN

Kebutuhan akan alat transportasi dewasa ini telah menjadi kebutuhan primer. Dibanding dengan alat transportasi umum, sebagian besar orang lebih memilih untuk menggunakan alat transportasi pribadi. Fenomena kebutuhan masyarakat pada alat transportasi khususnya mobil sangat besar. Salah satu industri yang tumbuh pesat sampai saat ini adalah industri otomotif, perkembangannya ditunjang dengan bertambah luasnya sarana jalan, peningkatan pendapatan masyarakat menempatkan mobil bukan lagi untuk golongan menengah keatas. Kenyataan ini merupakan peluang yang dimanfaatkan oleh produsen mobil dengan mengeluarkan berbagai jenis dan merek yang dikeluarkan di Indonesia sehingga dengan sendirinya kendaraan yang dipasarkan mampu menarik minat