

**ABSTRAK**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI**

**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Kasus Mobil MPV Merek Toyota Kijang Innova di Yogyakarta)**

**Oktavianus Chandra mema Mossa**

**Universitas Sanata Dharma**

**Yogyakarta, 2019**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek, harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Mobil MPV Merek Toyota Kijang Innova di Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dilaksanakan pada 100 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 23. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan t-statistik untuk menguji koefisien regresi parsial dengan *level of significance* 5%. Selain itu juga dilakukan uji validitas, uji reabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil penelitian tidak ditemukan variabel yang menyimpang dari asumsi klasik, hal ini menunjukkan bahwa data yang tersedia telah memenuhi syarat untuk menggunakan model persamaan regresi linier berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga, kualitas produk dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan variabel citra merek, harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemampuan prediksi dari keempat variabel tersebut terhadap keputusan pembelian sebesar 50.9%.

Kata kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

**ABSTRACT**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE, PRODUCT QUALITY AND  
PROMOTION TO PURCHASE DECISION***

***(A Case study of MPV Car Toyota Kijang Innova Brand in Yogyakarta)***

***Oktavianus Chandra mema Mossa***

***Universitas Sanata Dharma***

***Yogyakarta, 2019***

*This study aims to examine and analyze the influence of brand image, price, product quality and promotion on the purchase decision of the Toyota Kijang Innova Brand MPV Car in Yogyakarta. Data collection was done through questionnaires and carried out on 100 respondents. Data analysis in this study uses SPSS version 23. The analysis technique used is multiple regression analysis and hypothesis testing using t-statistics to test the partial regression coefficient with a level of significance of 5%. Besides that, the validity test, reliability test, and classic assumption test also included normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test.*

*Based on the results of the study there were no variables that deviated from the classical assumptions, this indicates that the available data met the requirements to use multiple linear regression equation models. The results of the study show that the variable brand image, price, product quality and promotion partially have a significant effect on purchasing decisions. Simultaneously the variable brand image, price, product quality and promotion influence the purchasing decision. Predictive ability of the four variables on purchasing decisions is 50.9%.*

***Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Promotion, Purchasing Decision***