

ABSTRAK

Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Agya Pada PT. AgungAutoMall Pekanbaru

OLEH:
KARMINTO
NIM: 11371105151

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh merek terhadap keputusan pembelian mobil Agya pada PT. Agung Automall Soekarno Hatta-Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah 98 orang pengguna mobil Toyota Agya di Pekanbaru yang diambil menggunakan teknik random sampling. Data didapatkan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden serta melakukan interview. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode regresi linier berganda yang dibantu oleh program SPSS 21.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa variabel citra merek, dan kepercayaan merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai keputusan pembelian. Koefisien determinasi model adalah 0,922. hal ini berarti bahwa 92,2% perubahan nilai variabel dependen keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel citra merek, dan kepercayaan merek. Selebihnya sebesar 7,8% perubahan nilai dependen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam model. Hasil penelitian menyimpulkan secara parsial variabel citra merek mempunyai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil agya di PT. Agung Automall Pekanbaru. Selanjutnya secara parsial variabel kepercayaan merek mempunyai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil agya di PT. Agung Automall Pekanbaru.

Kata Kunci : Keputusan pembelian, citra merek, kepercayaan merek.