

ABSTRAKSI

ROSITA KUSUMA WARDANI, Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian Mobil MPV Daihatsu Xenia Di Wilayah Jakarta Barat (Dibimbing oleh Hasyim Achmad).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen yang dimediasi oleh keputusan pembelian mobil MPV Daihatsu Xenia. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari harga, kualitas produk dan citra merek sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen dan variabel interveining adalah keputusan pembelian

Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah metode *probability sampling* dengan jumlah sampel yang diperlukan 95 responden yang berasal dari penyebaran 33 pernyataan kuesioner. Responden penelitian ini adalah masyarakat yang membeli dan menggunakan mobil MPV Daihatsu Xenia di wilayah Jakarta Barat. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas Faktor, Reliabilitas ,Analisis Regresi linier berganda dan Analisis Jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil MPV Daihatsu Xenia. Harga dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sedangkan citra merek dan keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

ROSITA KUSUMA WARDANI, *The Effect Of Price, Product Quality And Brand Image On Consumer Satisfaction Mediated By Car Purchasing Decisions MPV Daihatsu Xenia In West Jakarta. (Guided by Hasyim Achmad).*

This study aims to determine the effect of price, product quality and brand image on consumer satisfaction mediated by car purchasing decisions MPV Daihatsu Xenia. In this study, the independent variables are price, product quality and brand image while the dependent variable is customer satisfaction and variable intervening is purchasing decisions.

The method used in the sampling is probability sampling method with the amount of sample required 95 respondents from the deployment of 33 statement questionnaire. The respondents of this study is that people who buy and use the car MPV Daihatsu Xenia in West Jakarta. The analytical method used in this study is a Factor Validity, Reliability, Multiple Linear Regression Analysis and Path Analysis.

The results showed that the price does not affect the purchase decision while product quality and brand image influence on purchase decisions MPV Daihatsu Xenia car. Price and product quality have no effect on customer satisfaction, while the brand image and purchase decision affects customer satisfaction.

Keywords: Price, Quality Product, Brand Image, Purchase Decision, and Customer Satisfaction