

Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Honda Jazz di Semarang (Studi Kasus di Honda Gajah Mada Semarang)

FIRDAUS

(Pembimbing : Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, MBA, Ph.D)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202742@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepercayaan merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil All New Honda Jazz di Semarang. Populasi yang dibutuhkan dari penelitian ini adalah pemakai dan pembeli mobil All New Honda Jazz di Semarang. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling pada 100 responden dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisa data menggunakan bantuan aplikasi spss versi 20.0. Teknik pengujian yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan uji validitas dengan korelasi antar skor dari uji realibilitas dengan skor cronbach alpha. Kemudian uji asumsi klasik serta analisis regresi linier berganda, untuk menguji dan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa semua variable independen yakni citra merek, Kepercayaan merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

**The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Quality on
Purchasing Decision of All New Honda Jazz in Semarang (Case
Study at Honda Gajah Mada Semarang)**

FIRDAUS

(Lecturer : Prof. Vincent Didiak Wiet Aryanto, MBA, Ph.D)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201202742@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand image, brand trust and the products quality on purchasing decisions of All New Honda Jazz in Semarang. The population of this research is required of users and car buyers All New Honda Jazz in Semarang. The method used in sampling was purposive sampling at 100 using questionnaires. Data analysis using SPSS version 20.0. The technique of tests performed in this research using the test validity of correlation among the score of reliability test with score of cronbach alpha. Then classical assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the hypothesis of the research. The results of research conducted shows that all independent variables such as brand image, brand trust and product quality have positive and significant influence on purchasing decisions.

Keyword : Brand image, Brand trust, Product Quality, Purchasing Decision