

ABSTRACT

Analysis of Determination of Toyota Avanza Used Car Purchase Decisions in Tasikmalaya City in The Year of 2022

By
ANDRE HAIDAR LUTHFY

Guide I : Fatimah Zahra Nasution
Guide II : Asep Yusup Hanapia

The problem in this study is the high purchasing decision of the public to buy a used car, with the most sales being the type of used car Toyota Avanza. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of brand image, price, product quality, and income partially on the decision to purchase a used car Toyota Avanza in Tasikmalaya City in 2022. This study is a research survey with a quantitative approach, with a sample of buyers of used cars Toyota Avanza in Tasikmalaya City in January – March 2022 as many as 46 people. Based on the results of the study, it is known that together the variables of brand image, price, product quality, and income affect the decision to purchase a used car Toyota Avanza in Tasikmalaya City in 2022, with a contribution of 61.6%, and the remaining 38.4% is influenced by by other factors not studied. Partially, brand image and price variables have an effect on purchasing decisions, while product quality and income variables have no effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Revenue, Purchase Decision.

ABSTRAK

Analisis Determinasi Keputusan Pembelian Mobil Bekas Toyota Avanza di Kota Tasikmalaya Tahun 2022

Oleh:

ANDRE HAIDAR LUTHFY
NPM. 183401114

Pembimbing I : Fatimah Zahra Nasution
Pembimbing II : Asep Yusup Hanapia

Permasalahan dalam penelitian ini adalah tingginya keputusan pembelian masyarakat untuk membeli mobil bekas, dengan penjualan terbanyak adalah jenis mobil bekas Toyota Avanza. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek, harga, kualitas produk, dan pendapatan secara parsial terhadap keputusan pembelian mobil bekas Toyota Avanza di Kota Tasikmalaya tahun 2022. Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif, dengan sampel pembeli mobil bekas Toyota Avanza di Kota Tasikmalaya bulan Januari – Maret tahun 2022 sebanyak 46 orang. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara bersama-sama variabel citra merek, harga, kualitas produk, dan pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil bekas Toyota Avanza di Kota Tasikmalaya tahun 2022, dengan kontribusi sebesar 61,6%, dan sisanya sebesar 38,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Secara parsial variabel citra merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kualitas produk, dan pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Pendapatan, Keputusan Pembelian.