

ABSTRAK

Alat transportasi darat khususnya mobil setiap tahunnya dibutuhkan oleh masyarakat di Indonesia, baik sebagai kendaraan pribadi maupun kendaraan umum, sehingga setiap tahun mengalami peningkatan jumlah. Perusahaan mobil dituntut untuk menciptakan iklim kompetitif dalam bisnisnya agar mampu bersaing dalam persaingan pasar industri otomotif, baik berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Untuk mampu bersaing dalam pasar, penting bagi pemilik usaha untuk mengetahui dan memahami atribut apa saja yang dapat menimbulkan kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan konsumen Mitsubishi motor sebagai populasi penelitian, kemudian pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* dan memiliki beberapa kriteria. Sampel pada penelitian ini berjumlah 150 responden yang berdomisili di Semarang. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode *structural equation model* (SEM) dan diolah dengan software AMOS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel *price* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *purchase decision*, variabel *product quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *purchase decision*, variabel *price* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *customer satisfaction*, variabel *product quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *customer satisfaction*, dan variabel *purchase decision* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *customer satisfaction*.

Kata Kunci: *Price; Product Quality; Purchase Decision; Customer Satisfaction; Structural Equation Model*