

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dengan menggunakan citra merek sebagai variabel intervening. Persepsi harga dan kualitas produk adalah elemen yang dapat mempengaruhinya. Responden yang merupakan pembeli mobil Toyota Avanza di Nasmoco Majapahit Semarang akan diteliti persepsi mereka tentang dampak persepsi harga dan kualitas produk suatu produk yang akan mempengaruhi citra merek dan keputusan pembelian oleh konsumen.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatif, dengan populasi sebanyak 100 responden yang menggunakan dan membeli Toyota Avanza di Nasmoco Majapahit Semarang dengan cara *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan pengukuran skala Likert. Metode analisis data menggunakan korelasi, dan regresi berganda menggunakan SPSS.

Hasil dari penelitian ini adalah persepsi harga dan kualitas produk mempengaruhi citra merek dengan hubungan positif. Citra merek memiliki pengaruh yang positif pula terhadap keputusan pembelian. Artinya ketika faktor independen seperti persepsi harga dan kualitas produk meningkat, keputusan pembelian pada citra merek Toyota Avanza di Nasmoco Majapahit Semarang juga meningkat secara signifikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci: keputusan pembelian, citra merek, persepsi harga, kualitas produk.