

ABSTRAK

PT Duta Cemerlang Motors adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan, perbaikan kendaraan dan pengadaan suku cadang mobil merek Suzuki dan truk Hino. PT Duta Cemerlang mengalami penurunan penjualan dalam 4 tahun terakhir. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek, persepsi harga dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Suzuki Ertiga pada konsumen PT Duta Cemerlang Motors Semarang .

Penelitian ini dilakukan pada konsumen mobil Suzuki Ertiga dimana respondennya telah melakukan pembelian mobil Suzuki Ertiga di PT Duta Cemerlang Motors. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan menggunakan metode pengambilan sampel yaitu *Non Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Regresi Linear Berganda* yang diestimasi dengan software SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, persepsi harga dan persepsi kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel persepsi kualitas produk berpengaruh paling besar dan variabel citra merek berpengaruh paling kecil. Hasil uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Model persamaan ini memiliki nilai F sebesar 121,881 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil analisis koefisien determinasi sebesar 78,6% menunjukkan bahwa citra merek, persepsi harga dan persepsi kualitas produk hanya menjelaskan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 78,6%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 21,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Citra Merek, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, Keputusan Pembelian dan Industri Otomotif