

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk , perspesi harga, citra merek dan layanan purna jual berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Yaris pada konsumen PT Nasmoco Pemuda Semarang . Dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian Toyota Yaris di Semarang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik Purposive Sampling , yaitu mencari sampel yang sesuai dengan kriteria peneliti dan cocok untuk dijadikan sampel

Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel Layanan Purna jual (0,338) diikuti oleh variabel kualitas produk (0,219) , citra merek (0,195) dan yang terakhir variabel persepsi harga (0,182) . Pengujian hipotesis ini menggunakan uji t menunjukkan bahwa semua variabel independen (kualitas produk , persepsi harga , citra merek dan layanan purna jual) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian Toyota Yaris Semarang . Artinya menurut konsumen empat variabel independen dianggap penting ketika akan membeli produk Toyota Yaris Semarang . Angka adjusted R square yang diperoleh sebesar 0,515 menunjukkan bahwa 51,5 % keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, persepsi harga , citra merek dan layanan purna jual sedangkan sisanya 48,5 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata kunci : Kualitas produk , persepsi harga , citra merek ,layanan purna jual , keputusan pembelian