

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA RUSH DI KOTA
PADANG**

¹Tiara Nada Chania, ²Danil Johar, ³Reni Yuliviona

**¹Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Bung Hatta**

**²Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung
Hatta**

**E-mail : tiara.chania@yahoo.com, johardanil@gmail.com,
reniyuliviona@bunghatta.ac.id**

ABSTRACT

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Toyota Rush di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data diolah menggunakan PLS. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode penyebaran angket kuisisioner. Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Toyota Rush di Kota Padang, citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Rush di Kota Padang, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Toyota Rush di Kota Padang

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

*²Lecture in Management Departement, Faculty of Economics and Business,
Bung Hatta University*

**E-mail : tiara.chania@yahoo.com, johardanil@gmail.com,
reniyuliviona@bunghatta.ac.id**

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyse product quality, brand image and price against the purchase decision of Toyota Rush in Padang City. Sampling techniques used purposive sampling with a total of 100 respondents. Data is processed using PLS. The type of data used is the primary data with a questionnaire poll deployment method. The results found that the product quality has significant effect on the purchase decision of Toyota Rush in Padang City, the brand image has no effect on the purchase decision of Toyota Rush in Padang City, and the price has significant effect on Purchase decision of Toyota Rush in Padang City.

Keywords : Product quality, brand image, price, purchase decision