

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL PADA PT. HONDA KUPANG INDAH

Semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis, perusahaan harus mampu memberikan produk/jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Tidak hanya memberikan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen saja namun produk/jasa juga harus dirancang untuk memberikan solusi bagi masalah yang dihadapi oleh konsumen. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk lebih inovatif dalam menawarkan produknya. Oleh karena itu perusahaan perlu memperhatikan pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Dengan begitu dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti terkait dengan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen pada dasarnya menjadi salah satu faktor penting dalam pertumbuhan suatu bisnis. Sehingga dengan melakukan riset pada konsumen atau *consumer research* adalah cara yang tepat untuk mengenal mereka lebih dalam. Tidak bisa dimungkiri, setiap konsumen memiliki perilaku masing - masing dalam membeli suatu produk. Tugas dari perusahaan atau pebisnis adalah mengenali setiap konsumen yang membeli produk mereka agar dapat mempertahankannya dalam jangka panjang.

Menurut Anang Firmansyah (2018:33) setiap akan melakukan pengambilan keputusan atau pembelian, konsumen terlebih dahulu mempertimbangkannya. Ada lama ada cepat dalam memutuskan baik - buruknya, kurang lebihnya, atau untung ruginya dalam membeli produk. Oleh sebab itu setiap konsumen mempunyai motivasi yang mendasari dalam bentuk kebutuhan dan nilai. Sementara keterlibatan akan muncul ketika objek (produk, jasa atau pesan promosi) dirasakan dapat membantu untuk memenuhi kebutuhan, tujuan dan nilai yang terasa penting.

Hal ini menunjukan bahwa pengambilan keputusan merupakan sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian

informasi, evaluasi alternatif sebelum pembelian, keputusan pembelian, dan evaluasi alternatif sesudah pembelian. Pengambilan keputusan membeli mengacu pada tindakan konsisten dan cara bijaksana yang dapat dengan cepat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Selain itu pengambilan keputusan membeli merupakan keputusan konsumen tentang apa yang akan dibeli, berapa banyak yang akan dibeli, dimana akan dilakukan, kapan akan dilakukan dan bagaimana pembelian akan dilakukan, Anang Firmansyah (2019:203). Sedangkan menurut Kotler (2017:180) keputusan pembelian sebagai sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing - masing alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (2011:235), menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya citra merek dan kualitas layanan.

Berdasarkan hasil penelitian untuk uji analisis regresi linear berganda diperoleh nilai konstan regresi a sebesar 9.089 sedangkan koefisien regresi β_1 adalah 0.718 dan β_2 adalah 0.380. Dengan demikian dimasukkan kedalam persamaan regresi linear berganda yang dimaksud adalah $Y = 9.089 + 0.718X_1 + 0.380X_2$. Selain dari itu perolehan hasil Uji hipotesis pertama yaitu diduga terdapat pengaruh Citra Merek (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dapat dilihat bahwa variabel Citra Merek (X_1) ditemukan t hitung = 2.630 > 1.661 dan tingkat Sig. = 0.010 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu variabel Citra Merek (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan Uji hipotesis kedua yaitu diduga terdapat pengaruh Kualitas Layanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Layanan (X_2) ditemukan t hitung = 3.107 > 1.661 dan tingkat Sig. = 0.003 < 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak yaitu variabel Kualitas layanan (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pebelian (Y).

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Citra Merek, Kualitas Layanan.