

ANALISIS FAKTOR DESAIN, KUALITAS PRODUK, HARGA, ASOSIASI MEREK DAN LAHANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL ASIA DI BANDINGKAN MOBIL AMERIKA DI KOTA PONTIANAK

Dhanny Pratama¹

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

DOSEN PEMBIMBING 1

Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

DOSEN PEMBIMBING 2

Syahbandi., S.E., MM

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis perbedaan tanggapan desain, kualitas produk, harga, asosiasi merek dan layanan purna jual antara mobil Asia dan Mobil Amerika. Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh desain, kualitas produk, harga, asosiasi merek, dan layanan purnajual terhadap keputusan pembelian Mobil Asia dibandingkan Mobil Amerika di Kota Pontianak. Penelitian ini merupakan penelitian penelitian deskriptif, komparatif dan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Mobil Asia dan Mobil Amerika. Jumlah sampel sebesar 200 terbagi menjadi dua kelompok sampel yaitu 100 sampel kelompok responden Mobil Asia dan 100 kelompok responden Mobil Amerika yang dipilih dengan cara purposive sampling. Adapun kriteria sampel yaitu usia minimal responden adalah 17 tahun, responden adalah konsumen pengguna Mobil Asia atau Mobil Amerika yang menjadi pengambil keputusan pembelian, jenis Mobil yang digunakan adalah SUV, konsumen sudah menggunakan Mobil Asia atau Mobil Amerika dalam waktu minimal kurang lebih 6 bulan. Teknik Pengolahan data menggunakan uji beda Mann-Whitney dan uji pengaruh analisis linier berganda. Temuan penelitian membuktikan bahwa terdapat perbedaan tanggapan tentang desain, kualitas produk, harga, asosiasi merek dan layanan purna jual antara mobil Asia dan mobil Amerika. Penelitian ini juga menemukan bahwa pada responden Mobil Asia variabel desain, harga, asosiasi merek, dan layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian responden konsumen mobil Asia, sedangkan variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian responden konsumen mobil Asia. Kemampuan ketiga variabel independen menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 40,2% sedangkan sisanya sebesar 59,8% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan penelitian untuk kelompok responden Mobil Amerika menunjukkan bahwa variabel desain dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian responden konsumen mobil Amerika, sedangkan variabel harga, asosiasi merek dan layanan purna jual tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian responden konsumen mobil Amerika. Kemampuan kedua variabel independen dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebesar 12% sedangkan sisanya sebesar 82% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian.

Kata Kunci : *Desain, Kualitas produk, Harga, Asosiasi merek, Layanan purna jual, Keputusan Pembelian*

¹Jl. Imam Bonjol, Pontianak, Kalbar, 78124. Email: dhannyburhann@gmail.com