

## ABSTRAK

Perkembangan Industri Otomotif di bidang alat transportasi menyebabkan semakin ketatnya persaingan di dalam industri otomotif khususnya mobil. Mobil merupakan salah satu alat transportasi yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia. Pada saat ini, berbagai jenis mobil ditawarkan oleh para produsen kendaraan roda empat dengan berbagai macam jenis seperti MPV, SUV, City Car, dan Sedan yang memiliki kecanggihan dan kelebihan masing masing pada setiap jenis kendaraannya.

Objek dalam penelitian ini adalah Pengunjung Dealer Astra Daihatsu Bandung Cabang Setiabudi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian City Car Daihatsu Sirion” (Survey Pada Pengunjung Dealer Astra Daihatsu Cabang Setiabudi). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu membagikan kuisioner kepada 86 responden dari populasi 600 Pengunjung Dealer Astra Daihatsu Bandung Cabang Setiabudi.

Hasil penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda, Uji Validitas, Uji Realibilitas, Analisis Korelasi Berganda, Koefisien determinasi, Koefisien determinasi parsial ( $R^2$ ), Uji Hipotesis Simultan, dan Uji Hipotesis Parsial. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Proses Keputusan Pembelian. Besar Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah 79,5% yang artinya bahwa nilai sebesar 79,5%, Proses Keputusan Pembelian di pengaruhi variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 20,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kata kunci : Citra Merek, Harga, dan Proses Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Automotive Industry Developments in the field of transportation led to increasing competition in the automotive industry, especially cars. The car is one means of transportation that is most favored by the people of Indonesia. At this time, various types of cars offered by the manufacturers of four-wheel vehicles with a variety of types such as MPV, SUV, City Car, and Sedan which has the sophistication and the advantages of each one on each vehicle.*

*The object of this research is the Visitor Astra Daihatsu Dealer Branch Bandung Setiabudi. This study aimed to analyze the "Influence of Brand Image and Against Price Purchase Decision Process City Car Daihatsu Sirion" (Survey On Astra Dealer Visitor Daihatu Branch Setiabudi). Analysis of the data used in this study are primary data. technique used data collection that is distributing questionnaires to 86 respondents from a population of 600 visitors Astra Daihatsu Dealer Branch Bandung Setiabudi.*

*The results using multiple linear regression analysis method, Validity, reliability test, Correlation analysis, coefficient of determination, the partial coefficient of determination (R<sup>2</sup>), Simultaneous Hypothesis Testing and Hypothesis Testing Partial. And research shows that the brand image and price variable positive and significant impact on the purchase decision process. Large coefficient of determination (R<sup>2</sup>) was 79.5%, which means that the value of 79.5%, the Purchase Decision Process influenced the independent variable, while the remaining 20.5% is influenced if the other variables.*

*Keywords : Brand Image, Price, and Purchase Decision Process*