

ABSTRAK

Mobil merupakan salah satu moda transportasi yang banyak diminati oleh masyarakat. Karena keunggulan moda transportasi ini dapat menampung banyak orang dan lebih aman dibandingkan dengan mengendarai motor saat bepergian jauh. Pelanggan seringkali merasa kebingungan dengan banyaknya jenis dan tipe yang ditawarkan kepada mereka. Sehingga hal ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pelanggan untuk membeli mobil.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh Kualitas Produk, Merek dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobil Di Dealer Suzuki PT. Sejahtera Buana Trada Cabang Kalirungkut Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan adalah 80 orang yang merupakan Konsumen Dealer Suzuki PT. Sejahtera Buana Trada Cabang Kalirungkut Surabaya karena teknik pengambilan yang digunakan adalah teknik total sampling. Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diisi oleh konsumen dengan menggunakan skala likert sebagai alat pengukuran nilainya.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel e-WOM memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Kualitas Produk, Merek dan e-WOM secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Merek, e-WOM, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Cars are one of the most popular modes of transportation. Because of the advantages of this mode of transportation, it can accommodate many people and is safer than riding a motorbike when traveling long distances. Customers often feel confused by the many types and types offered to them. So this is very influential on the customer's decision to buy a car.

This study aims to examine the effect of product quality, brand and e-Wom on purchasing decisions for car products at Suzuki Pt. Prosperity Buana Trada Kalirungkut Surabaya Branch. The number of samples used are 80 people who are Suzuki Dealer Consumers PT. Sejahtera Buana Trada Kalirungkut Surabaya Branch because the sampling technique used is a total sampling technique. The data collection process uses a questionnaire filled out by consumers using a Likert scale as a means of measuring its value.

The data analysis method used is multiple linear regression analysis method. Based on the results of testing the hypothesis, it shows that the product quality variable has a positive and significant influence on purchasing decisions. Brand variable has a positive and significant influence on consumer satisfaction. The promotion variable has a positive and significant influence on the Purchase Decision. The e-WOM variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. Product Quality, Brand and e-WOM variables simultaneously have a significant effect on having a positive and significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: Product Quality, Brand, e-WOM, Purchase Decision.