

ABSTRAK

NANDA RAMADHANI. 2026. Pengaruh Kualitas Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Cokroaminoto Makassar. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh : Buyung Romadhoni Dan Aulia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Merek terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Penelitian ini dilakukan pada konsumen dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah melakukan pembelian. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,499 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Variabel Merek (X_2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,373 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, Kualitas Produk dan Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian berdasarkan hasil uji F dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Merek mampu menjelaskan variasi Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yaitu Kualitas Produk (0,925), Merek (0,883), dan Keputusan Pembelian (0,877), sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk dan semakin kuat merek yang dimiliki perusahaan, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan merek terhadap keputusan pembelian mobil Toyota pada Cokroaminoto Makassar.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Merek, Keputusan Pembelian.