

ABSTRAKSI

Pertumbuhan ekonomi Indonesia dinilai tahan terhadap guncangan krisis, dikarenakan pertumbuhan ekonomi Indonesia ikut didorong melalui industri otomotif. Industri otomotif memegang peranan penting dalam perekonomian, karena industri otomotif atau otomobil bertujuan untuk membuat suatu produk yang konsumtif. Hal ini membuat pasar mobil di Indonesia dikuasai oleh merek-merek tertentu seperti mobil pabrikan Jepang. Salah satu perusahaan yang paling mendominasi industri otomotif di Indonesia adalah Toyota, dengan produknya Toyota Avanza.

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh diferensiasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Toyota Avanza di Surabaya.

Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel diferensiasi produk dan citra merek dalam keputusan pembelian adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan mempergunakan program statistik SPSS for window versi 16 dan uji hipotesis berpedoman pada apabila P value < 0.05 maka kesimpulannya H_0 ditolak dan apabila P value > 0.05 maka H_0 diterima. Hasil penelitian mendapatkan persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = -4.926 + 0.169 X_1 + 0.384 X_2 \pm 1.688$. Secara bersama-sama variabel diferensiasi produk (X_1) dan citra merek (X_2) dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Y) karena nilai koefisien uji F hitung sebesar sebesar 48.567, sedangkan parsial dapat mempengaruhi secara signifikan keputusan pembelian.

Kata kunci: Diferensiasi Produk, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Economic growth in Indonesia is considered resilient to the crisis, it because Indonesia's economic growth due to take part driven by the automotive industry. The automotive industry plays an important role in the economy, because the automotive industry or the automobile aims to create a consumer product. This makes the car market in Indonesia is controlled by certain brands such as Japanese car manufacturers. One of the most dominate the automotive industry in Indonesia is Toyota, with the product is Toyota Avanza.

This study is aimed to learn how the influence of product differentiation and brand image to purchase decisions of Toyota Avanza in Surabaya.

Analytical methods used to analyze the influence of the variable product differentiation and brand image in the consumer buying decision is to use multiple regression analysis by using the statistical program SPSS for windows version 16 and test hypotheses based on when the P value < 0.05 then the conclusion H_0 is rejected and if the P value > 0.05 then the H_0 accepted. The results have formed the regression equation is $Y = -4926 + 0169X_1 + 0384X_2 \pm 1.688$. Together the product differentiation variable (X_1) and brand image (X_2) can influence the consumer buying decision (Y) because the value of the coefficient of the F test count of 48,567, while the partial could significantly influence purchase decisions.

Key words: Product Differentiation, Brand Image and Purchase Decisions