

ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of product innovation, price and brand imagery of the decision of the purchase Toyota Avanza in data Tangerang.accumulation done through the spread of the questionnaire and implemented at 100 users Toyota Avanza in Tangerang. Analysis data in this study using aid SPSS version of sampling 21. Technique worn is convenience of sampling.

The result showed that product innovation impact on the purchase, the impact on the purchase, brand influential image of the decision to buy. Innovation, prices and brand influential image of the decision to buy Toyota Avanza.

Keyword: *Product innovation, price, brand image and decision purchase*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh inovasi produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza di Tangerang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dilaksanakan pada 100 pengguna Toyota Avanza di Tangerang. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 21. Teknik sampling yang dipakai adalah *convenience sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Inovasi produk, harga dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Toyota Avanza

Kata Kunci: Inovasi Produk, Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA