

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product quality, brand image, and after-sales service on purchasing decisions and the impact on customer satisfaction of Toyota cars in the Indramayu Regency. The population in this study is the people of Indramayu Regency who have Toyota cars, with a sample of 172 respondents. The data analysis method used Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS). The results in this study that product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions. Brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions. After-sales service has a positive and significant influence on purchasing decisions. Purchase decisions have a positive and significant impact on customer satisfaction for Toyota cars. Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Brand image has a positive and significant influence on customer satisfaction. After-sales service has a positive and insignificant effect on customer satisfaction. Product quality has a positive and significant influence on customer satisfaction mediated purchasing decisions. Brand image has a positive and significant influence on customer satisfaction mediated purchasing decisions. After-sales service has a positive and significant influence on customer satisfaction mediated purchasing decisions. The implications and limitations of the study are discussed in the article.

Keywords: Product Quality, Brand Image, After Sales Service, Purchase Decision, Customer Satisfaction



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk, citra merek dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian dan dampaknya kepuasan pelanggan mobil Toyota di Kabupaten Indramayu. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kabupaten Indramayu yang memiliki mobil Toyota, dengan sampel yang dilakukan sebanyak 172 responden. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Model – Partial least Square* (SEM-PLS). Hasil dalam penelitian ini bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Layanan purna jual memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan mobil Toyota. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Layanan purna jual memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimediasi keputusan pembelian. Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimediasi keputusan pembelian. Layanan purna jual memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimediasi keputusan pembelian. Implikasi dan keterbatasan penelitian dibahas dalam artikel.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, layanan Purna Jual, keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan

