

## ASBTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Negara Asal, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Motor. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah membeli mobil merek Mitsubishi Motor di Jakarta dengan jumlah sampel sebanyak 185 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Smart- PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa negara asal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Disarankan agar distributor Mitsubih Motor di DKI Jakarta lebih memperkenalkan seluruh tipe kendaraan yang dimiliki oleh Mitsubishi Motors kepada konsumen melalui iklan di televisi maupun media sosial sehingga konsumen memiliki banyak referensi terhadap seluruh produk yang dimiliki Mitsubishi Motors

***Kata Kunci:*** Negara Asal, Citra Merek, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Country of Origin, Brand Image, and Price Perception on Mitsubishi Motors Car Purchase Decisions. The population used in this study are consumers who have bought a Mitsubishi Motor brand car in Jakarta with a total sample of 185 respondents. Data analysis was performed using Smart-PLS. The results show that the country of origin has a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, and price perceptions have a positive and significant effect on purchasing decisions. It is recommended that Mitsubishi Motors distributors in DKI Jakarta introduce all types of vehicles owned by Mitsubishi Motors to consumers through advertisements on television and social media so that consumers have many references to all products owned by Mitsubishi Motors.*

**Keyword:** *Country of Origin, Brand Image, Price Perception, Purchase Decisions*

