

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *design product*, *price* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* 150 responden yang pernah membeli Daihatsu All New Terios minimal satu kali pembelian. Metode analisis data yang digunakan adalah *structural equation modelling* dengan menggunakan *smartpls*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *design product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *price* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *design product*, *price*, *brand image*, keputusan pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of product design, price and brand image on purchasing decisions. The research design used is quantitative. The sampling technique uses purposive sampling of 150 respondents who have purchased Daihatsu All New Terios at least once. The data analysis method used is structural equation modeling using smartpls. The results showed that product design has a positive and significant effect on purchasing decisions, price has a negative and significant effect on purchasing decisions, brand image affects purchasing decisions.

Kata Kunci: design product, price, brand image, purchase decision.

