

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan terhadap Harga, dan seberapa besar pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Cv. Laris Motor Air Haji. Metode analisis data menggunakan kuesioner, dengan sampel 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga, dan Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Harga memediasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, dan Harga memediasi Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian. Kontribusi variabel Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan dan Harga berpengaruh sebesar 77,6% sedangkan sisanya sebesar 22,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan Manajemen Perusahaan dapat meningkatkan dan mempertahankan Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Harga dan Kualitas Produk pada Cv. Laris Motor Air Haji melalui masing-masing indikator.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Harga dan Keputusan Pembelian.