

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Harga, terhadap Keputusan Pembelian pada Auto 2000 Bypass Padang. Metode analisis data menggunakan kuesioner, dengan sampel 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Harga, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kontribusi variabel Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Harga, berpengaruh sebesar 68,3% sedangkan sisanya sebesar 31,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Akhirnya penulis menyarankan kepada pihak Auto 2000 Bypass Padang untuk dapat meningkatkan: Keputusan Pembelian melalui peningkatan Strategi Diferensiasi, Citra Merek Harga, .

Kata Kunci: Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Harga, Dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine how much influence the Differentiation Strategy, Brand Image, Price, on Purchasing Decisions at Auto 2000 Bypass Padang. The data analysis method used a questionnaire, with a sample of 100 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis.

Based on the research results indicate that the Differentiation Strategy, Brand Image, Price, have a positive and significant effect on purchasing decisions. The contribution of the differentiation strategy variable, brand image, price has an effect of 68.3% while the remaining 31.7% is influenced by other variables outside of this study.

Finally, the authors suggest to the Auto 2000 Bypass Padang to be able to improve: Purchasing Decisions through an increase in Differentiation Strategy, Price Brand Image,.

Keywords: Differentiation Strategy, Brand Image, Price, and Purchase Decision.