

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WULING CONFERO
DI KOTA SEMARANG MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata-1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**



Penyusun:

Insanul Kahfi Prawira

14030119130091

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Wuling Conifero di Kota Semarang melalui Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi.

Nama Penyusun : Insanul Kahfi Prawira

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 29 September 2023

Dekan



Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.
NIP. 196408271990011001

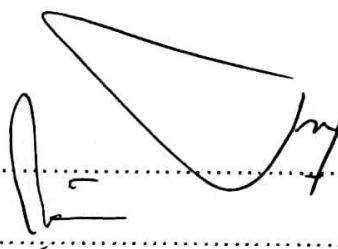
Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin
NIP. 196908221994031003

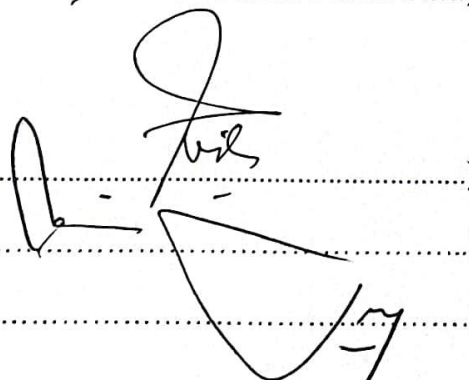
Dosen Pembimbing

1. Prof. Dr. Drs. Ngatno M.M (.....)
2. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si (.....)



Dosen Penguji Skripsi

1. Widayanto S.Sos. M.Si (.....)
2. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si (.....)
3. Prof. Dr. Drs. Ngatno M.M (.....)





SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI / TA*)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Insanul Kahfi Prawira
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030119130091
3. Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta, 29 Juni 2001
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Galuh III (Komplek LAN), no.D12,
Pisangan, Ciputat Timur, Tangerang Selatan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul: **"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Wuling Confero Di Kota Semarang melalui Citra Merek sebagai Variabel Mediasi"**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Drs. Ngatno, M.M.
NIP.196205061988031006

Semarang,

Pembuat Pernyataan,

Prawira

Insanul Kahfi Prawira
NIM.14030119130091

Ketua Program Studi

Reni Shinta Dewi

Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

*) Lampirkan dokumen hasil uji Turnitin yang menunjukkan uji kemiripan <20%

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Cuman sekiranya kalau teman-teman merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan khawatir, mimpi-mimpi lain bisa diciptakan”

-Windah Basudara

Puji syukur selalu saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi. Tidak lupa skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Tercinta dan terkasih, kedua orang tua saya, Bapak dan Ibu, yang senantiasa tidak berhenti untuk selalu mendoakan dan mendukung saya dalam keadaan apapun. Terima kasih banyak atas segala pengorbanan, tulus, cinta, kasih dan segalanya yang telah diberikan kepada Saya, hingga saya dapat tumbuh besar dengan sangat baik, hingga detik ini.
2. Kakak Saya yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan doa kepada Saya hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih sudah sering menghubungi saya terlebih dahulu. Terima kasih atas segala hal yang telah membantu menguatkan saya dan meyakinkan saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dilalui.
3. Sahabat dan teman-teman baik saya dari orang-orangan kramat (Fadli, Hafidz, Azzam, Sandi) dan grup kontrakan/jeketian (Paulus, Dika, Arfan, Khaidar, Fajar) yang selalu ada disisi saya, mendampingi, memberikan nasihat, dan mendengarkan keluh kesah selama masa perkuliahan.
4. Prof. Ngatno dan Pak Andi selaku dosen pembimbing saya yang senantiasa mendukung, mengajarkan, membimbing, dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. BPH Medikom “Besok Kaya” (Gina, Joane, Monic) yang menjadi teman saya sehingga tidak merasa kesepian selama masa pandemi hingga akhirnya bisa bertemu secara tatap muka walaupun sudah tidak dalam satu organisasi.
6. Teman – teman Adbis Angkatan 2019 yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah menjadi keluarga kedua saya selama masa perkuliahan.
7. Himpunan Adbis sebagai tempat berproses dan wadah pertama organisasi saya.
8. Terakhir, saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri karena sudah sampai pada titik ini. Kalau dari diri sendiri gaada kemauan mana bisa sampai sini.

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WULING CONFERO DI KOTA SEMARANG MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

ABSTRAKSI

Dalam mengikuti perkembangan zaman, moda transportasi terus berubah dan berkembang, termasuk jenis dan bentuknya. Kendaraan bermotor, terutama mobil segmen Low MPV (Multi Purpose Vehicle), telah menjadi pilihan populer di Indonesia, terutama bagi keluarga dengan anggota 3-7 orang. Salah satu produsen, PT SGMW Motor Indonesia (Wuling), menghasilkan mobil tipe Confero yang bersaing dengan merek lain. Penelitian ini mengamati pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Wuling Confero di Semarang. Dalam usaha mencapai target penjualan, perusahaan perlu membangun citra merek positif melalui kualitas produk yang baik dan harga yang sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan harga produk melalui citra merek terhadap keputusan pembelian Wuling Confero di kota Semarang. Penelitian ini termasuk kedalam Penelitian Eksplanatori, dan menggunakan *non-probability sampling* serta *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Sampel yang digunakan ialah 92 orang yang sudah pernah membeli dan menggunakan Wuling Confero. Penelitian ini menggunakan analisis regresi dengan alat bantu aplikasi SPSS 26 dan uji sobel di website quantpsy.org. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan pada variabel kualitas produk terhadap citra merek dan keputusan pembelian. Variabel harga tidak berpengaruh terhadap citra merek namun berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji mediasi juga menunjukkan bahwa citra merek berperan sebagai variabel mediasi antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian, namun tidak berperan sebagai variabel mediasi antara variabel harga dan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRODUCT PRICE ON
THE PURCHASE DECISION OF WULING CONFERO IN SEMARANG
CITY THROUGH BRAND IMAGE AS A MEDIATING VARIABLE**

ABSTRACT

In keeping with the evolving times, transportation modes continue to change and develop, including their types and forms. Motor vehicles, especially those in the Low MPV (Multi Purpose Vehicle) segment, have become a popular choice in Indonesia, particularly among families with 3-7 members. One of the manufacturers, PT SGMW Motor Indonesia (Wuling), produces the Confero model that competes with other brands. This study examines the influence of brand image, price, and product quality on the purchasing decisions of Wuling Confero cars in Semarang. In the effort to achieve sales targets, companies need to establish a positive brand image through good product quality and appropriate pricing. This study aims to determine the influence of product quality and product price through brand image on the purchasing decisions of Wuling Confero in the city of Semarang. This research falls within the realm of Exploratory Research, utilizing non-probability sampling and purposive sampling as the sampling technique. The sample consists of 92 individuals who have purchased and used Wuling Confero. This research employs regression analysis using the SPSS 26 software and the Sobel test on the quantpsy.org website. The research results indicate a positive and significant influence of product quality on brand image and purchasing decisions. The variable of price does not significantly affect brand image but does affect purchasing decisions. The results of the mediation test also indicate that brand image serves as a mediating variable between product quality and purchasing decisions, but it does not mediate between the price variable and purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality, Price, Brand Image, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya sehingga dalam kesempatan ini penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi dengan **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WULING CONFERO DI KOTA SEMARANG”** dengan tepat waktu sebagai syarat dalam memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis di Universitas Diponegoro.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan, dorongan, bimbingan, saran juga kritik serta doa sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan lancar, khususnya kepada :

1. Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, MT. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Prof. Dr. Drs. Ngatno M.M. selaku dosen pembimbing 1 yang sudah mengarahkan dengan sabar, detail, dan cepat serta memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing 2 yang juga senantiasa mengarahkan dengan sabar, detail, dan cepat serta memberikan nasihat dan juga semangat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Pak Widayanto S.Sos. M.Si selaku dosen wali dan dosen penguji skripsi.
6. Semua dosen dan tenaga pendidik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terutama departemen Administrasi Bisnis yang sudah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis berkuliah.
7. Seluruh responden yang sudah bersedia membantu penulis dengan mengisi kuesioner yang diberikan.
8. Dan segala pihak yang terlibat, baik langsung ataupun tidak langsung, yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari akan kekurangan yang mungkin masih banyak ditemukan dalam penyusunan skripsi ini sehingga penulis mengharapkan adanya kritik dan saran bagi kemajuan penulis. Penulis juga berharap semoga penelitian yang dibuat ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Terima kasih

Semarang, 15 September 2023

Insanul Kahfi Prawira

NIM 14030119130091

Daftar Isi

MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	i
ABSTRAKSI.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Kerangka Teori.....	10
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	10
1.5.2 Keputusan pembelian.....	13
1.5.3 Kualitas Produk.....	18
1.5.4 Harga.....	23
1.5.5 Citra Merek.....	27
1.6 Pengaruh Antar Variabel.....	28
1.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek.....	28
1.6.2 Pengaruh Harga terhadap Citra Merek.....	29
1.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	29
1.6.2 Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
1.6.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
1.6.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek.....	30
1.6.5 Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek.....	31
1.7 Penelitian Terdahulu.....	31
1.8 Hipotesis Penelitian.....	34
1.9 Definisi Konsep.....	35
1.9.1 Kualitas Produk.....	35

1.9.2 Citra Merek	35
1.9.3 Harga Produk	35
1.9.4 Keputusan Pembelian	36
1.10 Definisi Operasional.....	36
1.10.1 Kualitas Produk.....	36
1.10.2 Citra Merek	36
1.10.3 Harga Produk	37
1.10.4 Keputusan Pembelian	37
1.11 Metodologi Penelitian	38
1.11.1 Tipe Penelitian	38
1.11.2 Populasi dan sampel	38
1.11.3 Jenis dan Sumber Data	40
1.11.4 Teknik Pengumpulan Data	41
1.11.5 Teknik Pengolahan Data.....	42
1.11.6 Teknik Anallisis	43
BAB II PROFIL PERUSAHAAN.....	53
2.1 Sejarah Perusahaan PT. Automobil Jaya Mandiri	53
2.1.1 Sejarah Perkembangan Wuling Motors.....	53
2.1.2 Perkembangan Wuling Motors di Indonesia	54
2.2 Visi dan Misi Perusahaan PT. Automobil Jaya Mandiri	55
2.2.1 Visi PT. Automobil Jaya Mandiri	55
2.2.2 Misi PT. Automobil Jaya Mandiri	56
2.3 Logo PT. Automobil Jaya Mandiri	56
2.4 Struktur Organisasi PT. Automobil Jaya Mandiri	57
2.5 Produk PT. Automobil Jaya Mandiri	63
2.5.1 Wuling Confero	63
2.5.2 Wuling Cortez.....	64
2.5.3 Wuling Almaz.....	65
2.5.4 Wuling Air EV	67
2.6 Karakteristik Responden	67
2.6.1 Responden Berdasarkan Usia	68
2.6.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
2.6.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
2.6.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	70

2.6.5 Responden Berdasarkan Lama Memiliki Produk Mobil Wuling Confero ...	71
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	72
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	72
3.1.1 Uji Validitas.....	72
3.1.2 Uji Reliabilitas	77
3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian.....	79
3.2.1 Rekapitulasi Jawaban Reponden Mengenai Kualitas Produk	80
3.2.2 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Harga	85
3.2.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	89
3.2.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	93
3.3 Analisis Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Citra Merek (Z).....	96
3.3.1 Analisis Uji Koefisien Korelasi	97
3.3.2 Analisis Uji Koefisien Determinasi (R^2)	97
3.3.3 Analisis Uji Regresi Linear Sederhana	98
3.3.4 Analisis Uji Signifikansi (Uji t)	99
3.4 Analisis Pengaruh Harga (X2) terhadap Citra Merek (Z)	100
3.4.1 Analisis Uji Koefisien Korelasi	101
3.4.2 Analisis Uji Koefisien Determinasi	101
3.4.3 Analisis Uji Regresi Linear Sederhana	101
3.4.4 Analisis Uji Signifikansi (Uji t)	103
3.7 Analisis Pengaruh Citra Merek (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y)...	104
3.7.1 Analisis Uji Koefisien Korelasi	104
3.7.2 Analisis Uji Koefisien Determinasi	105
3.7.3 Analisis Uji Regresi Linear Sederhana	105
3.7.4 Analisis Uji Signifikansi (Uji t)	106
3.5 Analisis Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	108
3.5.1 Analisis Uji Koefisien Korelasi	108
3.5.2 Analisis Uji Koefisien Determinasi	109
3.5.3 Analisis Uji Regresi Linear Sederhana	109
3.5.4 Analisis Uji Signifikansi (Uji t)	110
3.6 Analisis Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	111
3.6.1 Analisis Uji Koefisien Korelasi	112
3.6.2 Analisis Uji Koefisien Determinasi	112

3.6.3 Analisis Uji Regresi Linear Sederhana	112
3.6.4 Analisis Uji Signifikansi (Uji t)	114
3.8 Analisis Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (Z)	115
3.8.1 Uji Mediasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek	116
3.9 Analisis Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (Z).....	118
3.9.1 Uji Mediasi Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek ..	119
3.10 Path Analysis	122
3.10.1 Uji Hipotesis X1 terhadap Y melalui Z dan X2 terhadap Y melalui Z....	124
3.11 Pembahasan	126
3.11.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Citra merek (Z).....	127
3.11.2 Pengaruh Harga (X2) terhadap Citra Merek (Z).....	128
3.11.3 Pengaruh Citra Merek (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	129
3.11.4 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	130
3.11.5 Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	131
3.11.6 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (Z).....	132
3.11.7 Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (Z)	134
BAB 4 PENUTUP	136
4.1 Kesimpulan.....	136
4.2 Saran.....	139
4.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	139
4.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	142
Daftar Pustaka	143
LAMPIRAN	145
Lampiran 1. Surat keterangan Telah Melakukan Penelitian	145
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	146
Lampiran 3. Identitas Responden	151
Lampiran 4. Tabel Induk.....	158
Variabel Kualitas Produk (X1).....	158
Variabel Harga (X2)	161
Variabel Citra Merek (Z)	164

Variabel Keputusan Pembelian (Y)	167
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	170
Kualitas Produk (X1)	170
Harga (X2).....	173
Citra Merek (Z).....	175
Keputusan Pembelian (Y)	177
Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis	179
Kualitas Produk Terhadap Citra Merek	179
Harga Terhadap Citra Merek.....	179
Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	180
Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	181
Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	181
Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Mediasi.....	182
Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sebagai Mediasi..	182
Lampiran 7. Tabel Distribusi.....	184
Lampiran 8. Hasil Uji Turnitin	187

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Data Penjualan Wuling Confero di Kota Semarang Tahun 2018-2021 .	7
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 1. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi	45
Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 2. 3 Reponden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	70
Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Lamanya Memiliki Produk	71
Tabel 3. 1 Uji Validitas Variabel X1	73
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel X2	74
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Y	75
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Z.....	76
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas	78
Tabel 3. 6 Kriteria Interpretasi Skala Likert	79
Tabel 3. 7 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	80
Tabel 3. 8 Kategorisasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	85
Tabel 3. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Harga.....	86
Tabel 3. 10 Kategorisasi Jawaban Responden Mengenai Harga.....	88
Tabel 3. 11 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian .	89
Tabel 3. 12 Kategorisasi Jawaban Responden Mengeai Keputusan Pembelian ...	93
Tabel 3. 13 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	94
Tabel 3. 14 Kategorisasi Jawaban Responden Mengenai Citra Merek	96
Tabel 3. 15 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk (X1) terhadap Citra Merek (Z) ..	97
Tabel 3. 16 Hasil Regresi Linear Sederhana variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	98
Tabel 3. 17 Hasil Uji Korelasi Harga (X2) terhadap Citra Merek (Z).....	101
Tabel 3. 18 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana variabel Harga terhadap Citra Merek	102
Tabel 3. 19 Hasil Uji Korelasi Citra Merek (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	104
Tabel 3. 20 Hasil Uji Regresi Linear Seederhana variabel Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	105
Tabel 3. 21 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	108
Tabel 3. 22 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	109
Tabel 3. 23 Hasil Uji Korelasi Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	112
Tabel 3. 24 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana variabel Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	113
Tabel 3. 25 Regresi Kualitas Produk (X1) terhadap Citra Merek (Z) untuk Uji Mediasi.....	116
Tabel 3. 26 Regresi Kualitas Produk (X1) dan Citra Merek (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y) untuk Uji Mediasi	117
Tabel 3. 27 Regresi Harga (X2) terhadap Citra Merek (Z) untuk Uji Mediasi ..	119

Tabel 3. 28 Regresi Harga (X2) dan Citra Merek (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y) untuk Uji Mediasi	120
Tabel 3. 29 Koefisien Korelasi X1 dan X2 terhadap Z untuk Path Analysis.....	122
Tabel 3. 30 Regresi X1 dan X2 terhadap Z untuk Path Analysis	122
Tabel 3. 31 Koefisien Korelasi X1, X2, dan Z terhadap Y untuk Path Analysis	123
Tabel 3. 32 Regresi X1, X2, dan Z terhadap Y untuk Path Analysis	123
Tabel 3. 33 Ranguman Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	126

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Model Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan	11
Gambar 1. 2 Hipotesis.....	35
Gambar 1. 3 Kurva Uji t (One Tail).....	49
Gambar 1. 4 Model Penelitian Path Analysis.....	50
Gambar 2.1 Logo Wuling.....	56
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Wuling Motors Semarang	58
Gambar 2. 3 Wuling Confero	63
Gambar 2. 4 Wuling Cortez	64
Gambar 2. 5 Wuling Almaz	66
Gambar 2. 6 Wuling Air EV	67
Gambar 3. 1 Uji Sobel X1 terhadap Y Melalui	117
Gambar 3. 2 Hasil Uji Sobel X1 Terhadap Y Melalui Z	118
Gambar 3. 3 Uji Sobel X2 terhadap Y Melalui Z.....	121
Gambar 3. 4 Hasil Uji Sobel X2 Terhadap Y Melalui Z	121
Gambar 3. 3 Standardized Coefficient Beta X1 dan X2 terhadap Z	123
Gambar 3. 4 Hasil Path Analysis	124