

***The Effect Of Product Quality, Price and Brand Image On  
Purchase Intention Car Toyota Yaris  
(Study In Kelurahan Bedahan Depok)***

***By***

**Ricky Octaviansyah**

***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the influence of product quality, price and brand image to purchase intention car Toyota Yaris. The population in this study was the community of Kelurahan Bedahan Depok. The sample size was taken 75 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaires. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that (1) product quality has a significant influence on purchase intention with coefficient value of 0,163. (2) price has no effect significant on purchase intention with coefficient value of -0,109. (3) brand image has a significant influence on purchase intention with coefficient value of 0,926.*

***Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, and Purchase Intention.***

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap  
Minat Beli Mobil Toyota Yaris  
(Studi di Kelurahan Bedahan Depok)**

**Oleh**

**Ricky Octaviansyah**

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap minat beli mobil Toyota Yaris. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kelurahan Bedahan Depok. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode non probability sampling khususnya purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,163. (2) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien sebesar -0,109. (3) citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien sebesar 0,926.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Minat Beli.