

ABSTRAK

PT Astra Daihatsu Motor merupakan Agen pemegang merek Daihatsu di Indonesia dan produsen Kendaraan merek Daihatsu/Toyota, dan komponen serta bisnis terkait. Mengawali sejarahnya pada tahun 1973. Pada tahun 1973, Astra mendapatkan hak untuk mengimpor kendaraan Daihatsu ke Indonesia. Pada tahun 1976. Salah satu strategi untuk meningkatkan minat beli Daihatsu adalah citra merek dan harga. Dengan adanya citra merek yang baik dan harga yang terjangkau dapat menjadi salah satu faktor minat konsumen dalam membeli suatu produk, terutama dibidang industri otomotif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap minat beli Daihatsu New Ayla di kota Bandung. Metode yang digunakan adalah analisis penelitian deskriptif dengan jenis data kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah nonprobability sampling dengan teknik insidental sampling yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan cocok sebagai sumber data. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisa terhadap 100 responden diperoleh persamaan regresi linier bergandanya yaitu : $Y = 0,175 + 0,323 x_1 + 0,784 x_2$ dan koefisien determinasinya sebesar 0,635 yang menunjukkan bahwa pengaruh citra merek dan harga secara simultan terhadap minat beli Daihatsu New Ayla di kota Bandung adalah sebesar 63,5% sedangkan sisanya sebesar 36,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Minat Beli

