

## ABSTRAK

Alat transportasi pada saat ini telah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat. Pengguna transportasi umum seperti angkutan umum sudah mulai berkurang, kebanyakan orang lebih memilih untuk menggunakan transportasi pribadi yang dapat menyebabkan kemacetan pada suatu wilayah, banyak konsumen yang membeli mobil sebagai kebutuhan transportasi untuk aktivitas sehari-harinya. Banyaknya perusahaan otomotif di Indonesia sedang berlomba-lomba untuk mendapatkan penjualan yang tinggi. Saat ini perusahaan otomotif khususnya mobil saling berinovasi dan mengembangkan produknya untuk memenangkan persaingan. Salah satu jenis mobil yang sedang diminati oleh masyarakat Indonesia adalah mobil *Low Cost Green Car* (LCGC) yang memiliki harga yang terjangkau dan irit bahan bakar minyak (BBM).

Peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian mobil LCGC, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Berdasarkan waktu pelaksanaan, penelitian menggunakan data *cross section*. Penelitian ini memiliki populasinya tidak diketahui maka digunakan rumus *Bernoulli*. Penelitian dilakukan di Kabupaten Karawang kepada pengguna mobil LCGC Suzuki Karimun dengan menyebarkan kuisisioner berupa pertanyaan yang mewakili indikator-indikator yang telah dibuat oleh peneliti terdahulu untuk melakukan penelitian.

Hasil penelitian ini secara simultan Merek, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Secara parsial Kualitas Produk dan Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Namun Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan serta memberikan kontribusi dominan terhadap Keputusan Pembelian, maka sebaiknya perusahaan terus meningkatkan dan mempertahankan Citra Merek dari Suzuki Karimun.

***Kata kunci:*** Merek, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian

