

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh timbulnya fenomena persaingan industri otomotif roda empat, terutama pada kelas *hatchback* yang semakin berkembang dari tahun ke tahun. Semakin pesatnya industri mobil di Indonesia, sehingga perusahaan harus dapat menentukan strategi alokasi dari harga yang tepat agar memenangi persaingan maka perusahaan harus mampu mengetahui apa yang dibutuhkan atau diharapkan oleh konsumennya. Munculnya mobil jenis *hatchback* sekarang ini, membuat konsumen memperoleh banyak pilihan dari segi alokasi harga sebelum memutuskan untuk membeli mobil *hatchback*. Penelitian ini mengulas upaya yang dilakukan Toyota Yaris untuk memosisikan sebagai *market leader* di tahun 2012 dengan memberikan alokasi dari harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen, karena alokasi dari harga yang tepat dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna, calon pembeli dan konsumen yang membandingkan mobil Toyota Yaris di kota Bandung dengan sampel yang diambil sebanyak 96 orang responden. Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kausal. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan alat pengumpulan data kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan menggunakan teknik aksidental sampling.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan alokasi dari harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mobil merek Toyota Yaris, hal ini dibuktikan dengan  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  dengan  $F_{hitung}$  sebesar 84,921 dan  $F_{tabel}$  sebesar 4,405 dengan tingkat signifikansi 0,00 (taraf signifikansi yang diterima  $\alpha = 0,05$ ).

Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa variabel alokasi dari harga mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 0,475 atau 47,5% dan sisanya sebesar 52,5% dipengaruhi oleh faktor lain seperti peranan informasi dari harga.

**Kata kunci : Alokasi dari harga (harga terdaftar, diskon, potongan harga, periode pembayaran dan syarat kredit), keputusan pembelian**