

ABSTRAK

HARGA, EKUITAS MEREK, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

Studi Kasus Pada Konsumen *Merchandise* Musik Merek Merchcons

Vincentius Hendika Yan Permana

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2012

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh secara simultan harga, ekuitas merek, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *merchandise* musik merek Merchcons. (2) Pengaruh secara parsial harga, ekuitas merek, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *merchandise* musik merek Merchcons. Teknik pengumpulan data dengan menyebar kuesioner kepada konsumen. Populasi yang diteliti adalah konsumen yang pernah membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan Merchcons. Sampel yang diteliti sejumlah 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive convenience sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F dan Uji t. Berdasarkan data yang diperoleh analisis data bahwa: (1) Harga, ekuitas merek, kualitas produk, kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *merchandise* musik merek Merchcons. (2) ekuitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *merchandise* musik merek Merchcons. (3) harga, kualitas produk, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *merchandise* musik merek Merchcons

Kata Kunci: harga, akuitas merek, kualitas produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian

ABSTRACT

**PRICE, BRAND EQUITY, PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY
AND PURCHASING DECISION**

Case study to customers of 'Merchcons' music merchandise

Vincentius Hendika Yan Permana

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2012

This study aimed to determine: (1) simultaneous influence of price, brand equity, product quality and service quality towards decisions to purchase Merchcons brand (2) partial influence of price, brand equity, product quality and service quality towards decisions to purchase Merchcons brand. The data were collected by questionnaires. The subjects were 100 respondents. The sampling technique used purposively sampling. Data analysis technique used the classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, F test. The result of data analysis showed that (1) price, brand equity, product quality and service quality simultaneous influenced the purchasing decision (2) brand equity influenced the purchasing decisions (3) price, product quality, quality of service had no influence towards purchasing decisions

Keywords: price, brand equity, product quality, service quality, purchasing decisions