

ABSTRAK

**PENGARUH MEREK, HARGA, KEMASAN, KUALITAS PELAYANA,
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AMANDA BROWNIES KUKUS**

Stefani Pandu Winata
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2014

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah merek, harga, kemasan, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Amanda Brownies Kukus pada konsumen Amanda Brownies Kukus Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 13 Agustus 2013 di cabang Amanda Brownies Kukus jalan diponegoro no. 38, Yogyakarta. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Amanda Brownies Kukus. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada 100 responden yang menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, asumsi klasik, Uji F atau uji simultan, Uji - t serta koefisien determinasi. Data penelitian ini menunjukkan bahwa merek, harga, kemasan, kualitas pelayanan, kualitas produk berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Merek, harga, kemasan, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan keputusan pembelian Amanda brownies kukus.

ABSTRACT

**THE EFFECT OF BRAND, PRICE, PACKAGING, SERVICE QUALITY,
AND PRODUCT QUALITY INFLUENCE TO THE PURCHASING
DECISION OF AMANDA BROWNIES KUKUS**

Stefani Pandu Winata
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2014

The purpose of the study is to identify the influence brand, the price, the packaging, the service quality, and the product quality to the purchasing decision of Amanda brownies kukus. This study is conducted on August, 13 2013 in one of Amanda Brownies Kukus' branch. At Jl. Diponegoro No. 38, Yogyakarta. The object of this study is the costumers of Amanda Brownies Kukus itself. The data is collected from questioners from 100 responders and used accidental sampling method. This study uses multiple linear regression, classical assumption, F test or simultaneous test, T test and coefficient determination methods. Resulting the indicated that brand, price, packaging, quality service, product quality and partial silmultan influenced on prurchasing decisions partially and simultaneously.

Keyword: brand, price, packaging, service quality, product quality, and final decision to purchase.