

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *THE EMINA BRIGHT STUFF*

Debby Bela Anggraeni

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 4) harga, kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk The Emina Bright Stuff. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan atau pernah membeli produk The Emina Bright Stuff. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program aplikasi SPSS *Statistics* 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan 4) harga, kualitas produk, dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: harga, kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE TOWARDS PURCHASE DECISION PRODUCT

THE EMINA BRIGHT STUFF

Debby Bela Anggraeni

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2021

This study aims determine whether: 1) price influences on purchasing decisions, 2) product quality influences on purchasing decisions, 3) brand image influences on purchasing decisions, 4) price, product quality and brand image simultaneously influences on purchasing decisions at product The Emina Bright Stuff. The population in this study are consumers who use or have purchased product The Emina Bright Stuff. The sampling technique using purposive sampling, data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. Data analysis techniques in this study are descriptive analysis, classic assumption test and Multiple Linear Regression analysis using the SPSS Statistics 24 application program. The results of this study indicate that: 1) price influenced purchasing decisions, 2) product quality influenced purchasing decisions, 3) brand image influenced purchasing decisions, and 4) price, product quality and brand image simultaneously influenced purchasing decisions.

Keywords: price, product quality, brand image, and purchasing decisions