

ABSTRAKSI

SILVI OKTAVIA. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone Samsung Galaxy Series S5, Jembatan Lima, Jakarta Barat (dibimbing oleh Jatmiko)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone Samsung Galaxy Series S5. Variabel independen terdiri atas Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek, sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan accidental sampling. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan secara simultan parsial Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

SILVI OKTAVIA. The Influence of Product Quality, Price, and Brand Image on Consumer Purchase Decision On Samsung Galaxy Series S5 Mobile, Jembatan Lima, West Jakarta (Supervised by, Jatmiko,)

This study aims to determine the Influence of Product Quality, Price, and Brand Image of Consumer Purchase Decision On Mobile Samsung Galaxy Series S5. The independent variable consists of the Influence of Product Quality, Price, and Brand Image, while the dependent variable is Purchase Decision. The number of samples used in this study were 100 respondents. Sampling technique in this research use accidental sampling. The method of analysis used in this research is to use validity test, reliability test and classical assumption test.

The results showed that partially Product Quality, Price, and Brand Image influence to purchase decision. In addition, the results showed simultaneously partial Product Quality, Price, and Brand Image influence on purchasing decisions.

Keywords: Quality Product, Price, Brand Image, Purchase Decision