

ABSTRAK

ENDAH YULIANI, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove (Studi Kasus Pada Wilayah Tegal Alur, Jakarta Barat). (Dibimbing oleh Lia Amalia).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Dove di Wilayah Tegal Alur, Jakarta Barat. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling* dengan jumlah 150 responden yang merupakan pembeli dan pengguna shampo Dove di wilayah Tegal Alur, Jakarta Barat.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACK

ENDAH YULIANI, The Influence of Brand Image, Product Quality and Price on Decision on Purchasing Dove Shampoo (Case Study in Tegal Alur Region, West Jakarta). (Supervised by Lia Amalia).

This study aims to determine the effect of Brand Image, Product Quality and Price on Decision to Purchase Dove Shampoo in Tegal Alur Region, West Jakarta. The analytical method used in this study is the Multiple Linear Regression Analysis. The sampling method in this study uses Non Probability Sampling with the number of 150 respondents who are buyers and users of Dove shampoo in the Tegal Alur area, West Jakarta.

The results concluded that partially the brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions, prices had a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously brand image, product quality and price affect the purchasing decision. Product quality has the most dominant influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Prices and Purchase Decisions