

ABSTRAK

Judul : **Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Aplikasi Ayopop di Jakarta Barat.**
Nama : Ana Tia Rohani
Program Studi : Manajemen Bisnis
Dibimbing oleh : Dihin Septyanto

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan Aplikasi Ayopop di Jakarta Barat. Variabel yang diteliti adalah Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Adapula variabel independen (bebas) dalam penelitian ini yaitu Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan, dan variabel dependen (terikat) adalah Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah setiap pengguna Aplikasi Ayopop di Jakarta Barat. Sedangkan sampel penelitian ini adalah 100 responden dengan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dan selanjutnya variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan variabel Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan Aplikasi Ayopop di Jakarta Barat, dan Citra Merek yang berpengaruh paling dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian.

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

ABSTRACT

Title : *The Effect of Price, Brand Image and Service Quality on Purchasing Decisions of Ayopop Application Customers in West Jakarta.*
Name : Ana Tia Rohani
Program : Business Management
Guided by : Dihin Septyanto

This study aims to determine how the influence of Price, Brand Image, and Service Quality on Purchasing Decisions of Ayopop Application customers in West Jakarta. The variables studied were Price, Brand Image, and Service Quality on Purchasing Decisions. There are also independent variables (free) in this study, namely Price, Brand Image and Service Quality, and the dependent variable is the Purchasing Decision. The population in this study is every user of the Ayopop Application in West Jakarta. While the study sample was 100 respondents by distributing questionnaires. Data analysis method used in this research is Multiple Linear Regression Analysis.

The results of this study indicate that the Price variable does not affect the purchase decision, the Brand Image variable influences the Purchasing Decision, and subsequently the Service Quality variable does not affect the Purchase Decision. Whereas the variable Price, Brand Image and Service Quality together have a significant effect on the Purchasing Decision of Ayopop Application customers in West Jakarta, and Brand Image with the most dominant influence influencing the Purchasing Decision.

Keywords: Price, Brand Image, Service Quality, Purchasing Decisions