

ABSTRAKSI

FLORENSY NATALIA, Pengaruh Brand image, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian studi kasus pada PT Chandra Jaya Sukses produk kursi recliner merek Lazboy (dibimbing oleh Ibu Dra. Suryari, MM).

PT Chandra Jaya Sukses merupakan distributor tunggal di Indonesia untuk kursi recliner merek Lazboy, yang dimana merek Lazboy tersebut berasal dari Amerika Serikat yang hampir mayoritas penduduk Amerika Serikat sudah mengenal produk kursi recliner merek Lazboy tersebut, sedangkan di Indonesia sendiri untuk produk tersebut masih belum cukup dikenal oleh masyarakat di Indonesia. Hal ini berdampak pada tingkat penjualan produk tersebut di Indonesia yang masih sangat rendah dibandingkan Negara asalnya, sehingga dalam pembahasan ini peneliti membahas dari sisi keputusan pembelian konsumen dimana brand image, kualitas produk, dan harga yang menjadi faktor keputusan pembelian.

Pembahasan hasil penelitian ini dibuat dengan mendeskripsikan jawaban responden sehingga mampu memberikan suatu gambaran menyeluruh mengenai pengaruh brand image, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian dalam membeli produk kursi recliner merek Lazboy .

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah studi studi lapangan dengan melakukan survey dan studi pustaka. Data primer yang dikumpulkan dari 100 responden melalui penyebaran Kuesioner. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sedangkan untuk analisis data penulis menggunakan analisis data diskriminan dimana analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk kursi recliner merek Lazboy.

Dari analisa Diskriminan yang dilakukan penulis diperoleh fungsi diskriminan sebagai berikut :

$$\mathbf{Z\ score = -3,948+3,41(\text{brand image})-0,83(\text{kualitas produk})+0,371(\text{harga})}$$

Berdasarkan fungsi diskriminan dapat disimpulkan bahwa ternyata ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk kursi recliner merek Lazboy, dan yang paling kuat mempengaruhi adalah harga.

Kata Kunci : Brand image, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian