

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian iPhone 6 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kelas Paralel Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta)

Yayang Putri Utami

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul, Kebon Jeruk, Jakarta Barat

Dosen Pembimbing : Lia Amalia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi Keputusan Pembelian, faktor yang dianalisis dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian iPhone 6. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 215 responden yang diperoleh pengambilannya melalui teknik *Purposive Sampling* dengan *Non-probability Sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan software pengolah data yaitu SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena t hitung sebesar 4,666 dengan nilai signifikansi 0,000, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena t hitung sebesar 18,828 dengan nilai signifikansi 0,000 dan Citra Merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena t hitung sebesar -5,431 dengan nilai signifikansi 0,000. Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

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

The Effect of Product Quality, Price and Brand Image on Purchasing Decisions for iPhone 6 (Case Study of Parallel Class Students of the Faculty of Economics and Business, Esa Unggul University Jakarta)

Yayang Putri Utami

Management Study Program

Faculty of Economics and Business, Esa Unggul University, Kebon Jeruk, West Jakarta

Thesis Supervisor : Lia Amalia

ABSTRACT

This study aims to determine what factors influence the purchase decision, the factors analyzed in this study are the influence of product quality, price and brand image on the iPhone 6 purchase decision. The sample used in this study amounted to 215 respondents who were obtained through purposive sampling technique. with Non-probability Sampling. The method of analysis used in this research is multiple linear regression with data processing software, namely SPSS.

The results of this study indicate that partially Product Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions because t count is 4.666 with a significance value of 0.000, Price has a positive and significant effect on Purchasing Decisions because t count is 18.828 with a significance value of 0.000 and Brand Image has no positive effect and significant to the Purchase Decision because t count is -5,431 with a significance value of 0,000. Product Quality, Price and Brand Image simultaneously influence the Purchasing Decision.

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