

ABSTRAK

WIRAHAYU. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Restoran D'Cost Mal Daan Mogot. (Dibimbing oleh Hasyim Ahmad)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen D'Cost Mal Daan Mogot. Hipotesis penelitian yang sesuai dengan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas layanan dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian menggunakan data primer dengan instrumen kuesioner. Populasi dalam penelitian ini tak terhingga. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang diambil berdasarkan kuota sampling. Data akan dianalisis melalui analisis validitas, reabilitas, dan regresi linier berganda menggunakan software statistic.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel citra merek dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen D'Cost Mal Daan Mogot dengan nilai signifikan kurang dari 0,05. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis bahwa citra merek dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan ada perbedaan yang signifikan antara citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

WIRAHAYU. *Effect of Brand Image, Price Perception, and Quality of Service To Purchase Decisions. (Supervised by Hasyim Ahmad)*

The purpose of this study is to determine the effect of brand image, perceptions of price and quality of service to purchase decisions. Research hypothesis corresponding previous suggest research that suggest that variable brand image and quality of service in this study had an influence on purchase decisions.

Research using primary data with questionnaire instrument. The population in this study is infinite. The sampling technique using 100 people taken based on quota sampling. Data will be analyzed through the validity, reability, and multiple linear regression analysis using statistical software.

The research concludes that the variable brand image and quality of service has a positive and significant impact on purchase decisions of D'Cost Mal Daan Mogot with significant value less than 0.05. The result of these studies in accordance with hypotesis that brand image and quality of service has an influence on purchase decisions, and there are significant jointly between variable brand image and quality of service on purchase decisions.

Keywords: *Brand Image, Price Perceptions, Quality of Service, Purchase Decisions.*