

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk UMKM Dodol Tenjo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk dodol tenjo yang dipasarkan di Kabupaten Tangerang dan berusia minimal 17 tahun. Metode pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental Sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini meliputi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian. Metode menggunakan analisis regresi linear berganda sehingga hasil penelitian ini menunjukkan harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan perhitungan Uji F harga, kualitas produk dan citra merek bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Saran dalam penelitian ini pelaku UMKM dodol tenjo diharapkan meningkatkan citra merek dapat dilakukan dengan adanya inovasi merek pada produk dodol tenjo, pemberian merek yang unik dan pengembangan merek yang lebih beragam, apabila tercapai akan meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen produk dodol tenjo di Kabupaten Tangerang.

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

ABSTRACT

This research aims to find out the Effect of Price, Product Quality and Brand Image on the Purchase Decision of MSME Dodol Tenjo products. The population in this study is all consumers of dodol tenjo products marketed in Tangerang Regency and aged at least 17 years. The method of data retrieval in this study uses accidental sampling techniques, so that a sample of 100 people was obtained. The study included Price, Product Quality, Brand Image and Purchasing Decisions. The method uses multiple linear regression analysis so that the results of this study show the price has no positive and significant effect on purchasing decisions. Kulit products have a positive and significant effect on purchasing decisions. The brand image has a positive and significant impact on purchasing decisions. Based on the calculation of the price F Test, the product skin and brand image together have a positive and significant effect on purchasing decisions. Advice in this study dodol tenjo MSMEs are expected to improve brand image can be done with brand innovation in dodol tenjo products, unique brand giving and more diverse brand development, if achieved will increase purchasing decisions on consumers of dodol tenjo products in Tangerang Regency.

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