

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MIE AYAM LAZIZA BANDAR LAMPUNG

Oleh

SUCI MARDELA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *deskriptif verifikatif* dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Populasi dalam penelitian ini yaitu orang-orang yang pernah membeli Mie Ayam Laziza Bandar Lampung dan sampel 96 responden yang ditentukan dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Data yang terkumpul diolah dengan program SPSS. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan melihat hasil koefisien regresi linier multipel diperoleh  $t_{hitung}$  untuk kualitas produk sebesar  $3,270 > t_{tabel}$  sebesar  $1,9845$ ,  $t_{hitung}$  untuk kualitas pelayanan sebesar  $3,182 > t_{tabel}$  sebesar  $1,9845$ ,  $t_{hitung}$  untuk harga sebesar  $3,164 > t_{tabel}$  sebesar  $1,9845$ ,  $t_{hitung}$  untuk *brand image* sebesar  $2,896 > t_{tabel}$  sebesar  $1,9845$ ,  $t_{hitung}$ . Selain itu, dengan uji F dilihat bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan *brand image* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dengan hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $58,381 > 2,4682$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil analisis data menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Kata kunci :** Keputusan Konsumen, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan *Brand Image*