

ABSTRACT

THE INFLUENCES OF BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS OF PUSPITA BEAUTY CLINIC IN BANDAR LAMPUNG

By

CELLY ANITA PERMATA SARI

The purpose of this study was to determinate the influences of brand image, perceived quality and price on purchase decisions of Puspita Beauty Clinic in Bandar Lampung. The type of research is explanatory research. The amount of sampels used in this research were 98 respondents. The sampling technique in this research used non-probability sampling technique with accidental sampling method. Data collection techniques was used questionnaires that have been tested for validity and reliability. Data analysis using multiple linear regression with the help of SPSS version 21 program. The resultof partial tes showed there was ainsignificant influences between brand image variable on purchase decisions, there was significant influences between perceived quality and price variable on purchase decisions. The result of simultanous test showed there was a positive and significantinfluences between brand image, perceived quality and price on purchase decisions of Puspita Beauty Clinic in Bandar Lampung.

Keywords: Brand Image, Perceived Quality, Price and Purchase Decisions.

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KLINIK KECANTIKAN PUSPITA DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

CELLY ANITA PERMATA SARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, persepsi kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian Klinik Kecantikan Puspita di Bandar Lampung. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 orang responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan realibilitasnya. Analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 21. Hasil penelitian ini secara parsial terdapat pengaruh yang tidak signifikan pada variabel citra merek terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel persepsi kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian, hasil penelitian secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek, persepsi kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Persepsi Kualitas, Harga dan Keputusan Pembelian.