

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Studi Pada Konsumen Pengguna Telkomsel Prabayar di Bandar Lampung)

Oleh

GALUH ADRIANTO NOEGROHO

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Populasi yang digunakan adalah konsumen pengguna Telkomsel Prabayar di Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan metode *nonprobability sampling* dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan alat bantu program SPSS 26.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk, harga, citra merek, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, citra merek, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan sebesar 69,8% terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian koefisien korelasi menunjukkan nilai R-square sebesar 53,4% sedangkan sisanya sebesar 43,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, dan nilai R yang diperoleh pada penelitian ini adalah sebesar 0,731 dan termasuk dalam kategori tingkat hubungan kuat.

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

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, BRAND IMAGE, AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS (A Study on Prepaid Telkomsel Consumers in Bandar Lampung)

By

GALUH ADRIANTO NOEGROHO

This study aims to determine how much influence product quality, price, brand image, and service quality have on purchasing decisions. The population used is prepaid Telkomsel users in Bandar Lampung. The sampling technique used purposive sampling with non-probability sampling method and the number of samples was 100 respondents. This study uses multiple linear regression analysis techniques with the SPSS 26.0 program. The results of this study indicate that partially the variables of product quality, price, brand image, and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions. The result of the F test in this study indicate variables of product quality, price, brand image, and service quality simultaneously have a significant effect of 69.8% on purchasing decisions. The result of the correlation coefficient research show that the R-square value is 53.4% while the remaining 43.4% is influenced by other variable not examined in this study, and the R-value obtained in this study is 0.731 and is included in the category of strong relationship level.

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