

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian kaca film 3M pada PT. Eurokars Tirta Utama (studi kasus di outlet variasi dan bengkel yang bekerja sama di Surabaya).

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey dengan pemilihan responden yang akan membeli produk kaca film 3M. Teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling* sampel yang digunakan sejumlah 97 responden, analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS versi 22.

Hasil pengujian secara simultan dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa model regresi linier berganda layak sebagai model penelitian. Dari hasil uji koefisien determinasi ketiga variable memiliki pengaruh sebesar 72,6% terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian terhadap responden menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,001, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,017.

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

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of variable of price, product quality, and brand image to the purchasing decision at 3M film glass in Surabaya at PT. EurokarsTirtaUtama (case study at outlet of variation and workshop who got cooperation at Surabaya). This research used quantitative research method with survey disclosure by selecting respondents who will buy 3M window glass products. The analysis technique used non-probability sampling with the sample were 97 respondents, the analysis of this research used multiple linier regressions analysis with SPSS application 22 version. Simultaneous testing results using the F test show that multiple linear regression models are feasible as research models. From the test results of the coefficient of determination the three variables have an influence of 72.6% on purchasing decisions. The result of examination to the respondents showed that the price gave positive and significant effect on the purchasing decision with the significance value was 0.001; the product quality gave positive and significant effect on the purchasing decision with significance value was 0.000; and the brand image gave positive and significant effect on the purchasing decision with the significance value was 0.017.

Keywords :price, product quality, brand image, purchasing decision.