

## ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman, ritel merupakan mata rantai yang sangat penting dalam pendistribusian suatu barang. Ritel juga menjadi saluran utama atau perantara pemasaran yang menghubungkan produsen utama dengan konsumen yang membeli dalam jumlah kecil atau dalam bentuk satuan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menguji pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk air mineral private label pada *minimarket* Indomaret.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan *minimarket* Indomaret Surabaya Cabang Ploso Bogen yang berjumlah 101 responden. Sumber data penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden untuk memperoleh data primer. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Uji F digunakan untuk menguji apakah penelitian ini layak atau tidak digunakan untuk penelitian.

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil perolehan signifikan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,790. Ini berarti bahwa 79,0% variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga, kualitas produk dan citra merek.

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

## ABSTRACT

*Along with the development of the era, retailers become a very essential part in goods distribution. Besides, it is the main way or marketing connection which relates the main producer with consumers who buy in small number or unit. Therefore, this research aimed to find out and examine the effect of price, product quality and brand image on product buying decisions of Indomaret private labels. The research was quantitative. Moreover, the population was all (101) customers of Indomaret, Surabaya Gubeng Ploso Bogen. Furthermore, the instrument in data collection technique used questionnaires which were distributed to respondents to get primary data. Additionally the data analysis technique used multiple linear regression. Meanwhile, F-test was used to examine whether it was properly used or not for the research. The research result concluded that price and product quality had a negative and significant effect on buying decisions. On the other hand, brand image had a positive and significant effect on buying decisions. In addition, the result of determination coefficient significance ( $R^2$ ) was about 0,790. This meant 79% buying decision was determined by price, product quality and brand image.*

**Keywords:** *price, quality, brand, buying decision*

I certify that this translation is true and accurate, Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day 08/07/22

  
M. Faisal, S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center  
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia