

ABSTRAK

Di era modern saat ini dimana perekonomian mengalami peningkatan dan perkembangan pesat yang mengakibatkan banyaknya persaingan antar perusahaan di dalam dunia bisnis, salah satunya adalah bisnis pangan yaitu produk susu UHT. Di bidang industri, produk susu UHT memiliki prospek yang baik di Indonesia. Peneliti memilih menggunakan Cimory UHT sebagai objek penelitian karena merupakan produsen susu UHT di Indonesia yang memiliki inovasi dalam produknya untuk menarik perhatian konsumennya saat mereka selektif dalam membeli suatu produk apabila dibandingkan dengan produsen susu UHT lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian susu Cimory UHT pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kausal komperartif. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa dan mahasiswi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang mengkonsumsi susu Cimory UHT. Sumber data yang digunakan yaitu data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu probability sampling dengan jenis teknik simple random sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) Versi 26.0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian susu Cimory UHT, Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian susu Cimory UHT, dan Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian susu Cimory UHT.

Kata Kunci: harga, citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian.

ABSTRACT

In today's modern era, where the economy has increased and developed, much competition among companies within the business world is bigger than before; one of them is in the Food sector, i.e. UHT milk product. The product, Cimory UHT, has a good prospect in Indonesia. Besides, it also has innovation in order to attract its consumers since they are selective by comparing with other UHT milk products. This research aimed to find out the effect of price, brand image, and product quality on purchasing decisions of Cimory UHT milk among Students in STIESIA Surabaya.

The research was causal-comparative. Moreover, the population was students, either male or female in STIESIA Surabaya who consumed Cimory UHT milk. Furthermore, the data were primary. The data collection technique used probability sampling with simple random sampling as its sampling technique. Additionally, the instrument of the data collection technique used questionnaires, which were distributed to 100 respondents as the sample. The data analysis used multiple linear regression with SPSS 26.

The result showed that price had a positive and significant effect on purchasing decisions of Cimory UHT. Likewise, brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions of Cimory UHT. Similarly, product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions of Cimory UHT.

Keywords: *Price, Brand Image, Product Quality, Purchasing*



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

16/2/23

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

STIESIA Learning Center
Menur Pumpungan, Surabaya 60118, Indonesia

