

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian tas di Intako. Dimana variabel independen yang terdiri dari citra merek, kualitas produk, dan harga mempengaruhi keputusan pembelian sebagai variabel dependennya.

Penelitian ini dilakukan di Koperasi Intako di Tanggulangin. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yaitu konsumen dari Koperasi Intako yang telah membeli produk Intako minimal dua kali. Pengambilan sampel sebanyak 100 orang responden dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*.

Hasil pengujian secara parsial atau uji t menunjukkan citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian tas di Intako adalah signifikan. Kondisi ini diindikasikan dengan perolehan signifikan masing – masing variabel bebas tersebut kurang dari $\alpha = 5\%$.

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan pengaruh yang digunakan sebagai model penelitian secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian tas di Intako adalah signifikan. Hal ini didukung dengan hasil koefisien korelasi sebesar 82,8% menunjukkan adanya hubungan antara variabel bebas tersebut secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian tas di Intako memiliki hubungan yang erat.

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

ABSTRACT

This research is meant to find out the influence of brand image, product quality and price to the purchasing decision at Intako. The independent variables consist of brand image, product quality, and price has influence to the purchasing decision as the dependent variable.

This research has been conducted at Intako Cooperation in Tanggulangin. The data collection method of this research has been done by issuing questionnaires which have been filled in by the respondents which are the customers who have ever purchased at least twice at Intako cooperation. 100 people have been selected as respondents the sample collection method has been carried out by using accidental sampling method.

The result of partial test or t test shows that brand image, product quality, and price to the purchasing decision at Intako is significant. This condition is indicated by the significant acquisition of each variables is less than $\alpha = 5\%$.

The result of the test simultaneous shows that the research models have significant influence to the purchasing decision at Intako. It is supported by the result of correlation coefficient is 82.8% which shows that simultaneously the correlation between these independent variables to the purchasing decision at Intako is firm.

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

