

ABSTRACT

Purchasing decision is an action which is done by the customer because of impulses or motives which has been felt so that it makes interest or encouragement to fulfill the needs. Purchasing decision is the stage of the making of decision process in which the customer conducts purchase.

This research is meant to find out the influence of price, brand awareness, and product quality to the purchasing decision of Kober Mie Setan Semolowaru branch in Surabaya. The samples of this research are customers who have ever purchased Kober Mie Setan Semolowaru Branch in Surabaya. The sample collection technique has been done by using Incidental sampling technique, the total samples are 100 people who have ever purchased Kober Mie Setan Semolowaru branch in Surabaya. The data analysis technique has been carried out by using multiple linear regressions analysis.

The result of classic assumption test i.e. normality, multicollinearity, and heteroscedasticity stated that based on predetermined criteria, all variables shows no deviation. Meanwhile, based on the result of model feasibility test, it shows that the regressions models which have been applied in this research are feasible to be used. The result of the hypothesis test shows that the variables i.e. price, brand awareness, and product quality give significant influence to the purchasing decision and product quality is the variable which gives influence dominant variable to the purchasing decision.

Keywords: Price, brand awareness, product quality, and purchasing decision.

INTISARI

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen dikarenakan adanya dorongan-dorongan atau motif-motif yang dirasakan sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, kesadaran merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan Cabang Semolowaru di Surabaya. Sampel dalam penelitian ini adalah yang pernah melakukan dan sedang melakukan pembelian Kober Mie Setan Cabang Semolowaru di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Insidental Sampling*, sebanyak 100 orang yang pernah melakukan dan sedang melakukan pembelian di rumah makan Kober Mie Setan Cabang Semolowaru di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas yang menyatakan bahwa semua variabel yang digunakan tidak melanggar syarat yang ditentukan. Sedangkan menurut hasil uji kelayakan model, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan. Hasil uji hipotesis menunjukkan, bahwa variabel harga, kesadaran merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian serta variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk.

Kata kunci : harga, kesadaran merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian.