

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. Objek penelitian ini adalah pengguna *Smartphone* BlackBerry di penduduk kawasan RT 02 RW 03 Petukangan Utara Pesanggrahan – Jakarta Selatan. Penelitian ini dilakukan terhadap 76 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda, aplikasi yang digunakan adalah aplikasi SPSS versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* BlackBerry di penduduk kawasan RT 02 RW 03 Petukangan Utara Pesanggrahan – Jakarta Selatan. Hasil lain dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial tidak semua variabel berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dari ketiga variabel tersebut, hanya variabel Persepsi Harga yang tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel Kualitas Produk dan Citra Merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

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

ABSTRACT

This research aims to know the influence of product quality, brand image and perception of Price on Buying Decision. The object of this research is the BlackBerry Smartphone users in the population area of RT 02 RW 03 North Petukangan Pesanggrahan - South Jakarta. This research was conducted on 76 respondents using quantitative descriptive approach. Therefore, the analysis of the data which used is the statistical analysis in the form of multiple linear regression, the application used was SPSS version 23.

The results of this research showed that simultaneous, variable product quality, brand image and perception of price affect the buying decision BlackBerry smartphones in the region resident RT 02 RW 03 North Petukangan Pesanggrahan - South Jakarta. Another result of this study showed that partially not all variables influence the purchase decision. Of the three variables, only the variable perception of price is not significant effect partially to the purchase decision, while variable product quality and brand image is partially significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Perceived Price and Purchasing Decision.

