

ABSTRACT

This current era of globalization makes urban communities more competitive in a competitive, thus adding to the bustle. Therefore, urban communities requires products nutritious, tasty and practical. There are currently some juice product packaging sold in the market, the Company - the company they observe the wishes and needs of consumers, by making products for the needs of consumers who have a level of activity is high, this time in the retail market is very diverse, ranging from brand, type and size vary widely.

With a wide range of these products. Thus, this study discusses the effect of price, product quality and brand image to the purchasing decision. Data obtained through questionnaires in which the samples were taken in this study of 100 respondents Faculty of Economics and Business at the University of Mercu Buana, Jakarta. The sampling technique accidental sampling method and the data were analyzed with SPSS analytical techniques menggunakan 20 (Statistical Product and Service Solutions).

Results of this study simultaneously (F test) found that price, product quality and brand image significantly influence purchasing decisions. While the partial test (t test) found that product quality and brand image of each significant influence on purchasing decisions. However, at a price not significantly influence the purchasing decision.

Keywords: price, product quality, brand image, purchasing decisions, product Buavita

ABSTRAK

Era globalisasi saat ini membuat masyarakat perkotaan semakin bersaing secara kompetitif, sehingga menambah kesibukan. Oleh sebab itu, masyarakat perkotaan membutuhkan produk bergizi, lezat dan praktis. Saat ini ada beberapa produk sari buah kemasan yang dijual dipasaran, Perusahaan – perusahaan tersebut mereka mengamati bentuk keinginan dan kebutuhan dari konsumen, yaitu dengan membuat produk untuk kebutuhan konsumen yang memiliki tingkat kesibukan yang tinggi, saat ini di pasar ritel sangat beraneka ragam, mulai dari merek, jenis dan ukuran yang sangat bervariasi.

Dengan beraneka ragam produk tersebut. Maka, penelitian ini membahas mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dimana Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berada di Universitas Mercu Buana, Jakarta. Teknik pengambilan sampel dengan metode accidental sampling dan data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis SPSS 20 (Statistical Product and Service Solutions).

Hasil penelitian ini secara simultan (uji F) menemukan bahwa harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada uji parsial (uji T) menemukan bahwa kualitas produk dan citra merek masing-masing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, pada harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : harga, kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian, produk Buavita