

ABSTRACT

Terms that must be met by a company in order to achieve success in the competition is trying to reach the goal to create and retain customers. For this purpose to be achieved, each company must strive to produce and deliver goods and services desired by consumers with a reasonable price. This study aims to determine the influence of brand image, product quality, and price to purchase decisions.

The type of research used in this research is descriptive research associative with quantitative approach. Sampling used was non-probability sampling and the type of sample used was purposive sampling. Methods of collecting data using questionnaire method and Analytical technique using SEM (Structural Eqional Meodeling) where in it tedapat inner test model and outter model and the tool used is smartPLS 3.0. Based on the result of R-Square value of purchase decision variable equal to 0,422 mean variuritas buying decision which can be explained by variable of brand image, product quality and price equal to 42.2%, while 57,8% explained by other variable not examined in this method. Based on result of hypothesis test of variable of brand image and price have positive and significant influence because t statistic value > 1,96, while for variable of product quality have positi influence not significant because t statistic value <1,96.

Based on the results of data analysis can be concluded the existence of influence between brand image, product quality, and price to purchase decision Undercarriage Komatsu Brand Kss (Case Study: Purchase Heavy Equipment Parts Undercariage Brand KSS In PT Multi Power Aditama) this means if brand image, product quality, and price increases will result in higher purchasing decisions.

Key Words: *Brand Image, Product Quality, Price, Purchase Decision.*

ABSTRAK

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha agar mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen dengan harga yang pantas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dan jenis sampel yang digunakan adalah *sampling purposive*. Metode pengumpulan data dengan metode kuisioner dan Teknik analisa yang menggunakan SEM (Structural Equational Modeling) dimana didalamnya terdapat uji *inner model* dan *outer model* dan alat bantu yang digunakan adalah smartPLS 3.0. Berdasarkan hasil nilai R-Square variabel keputusan pembelian sebesar 0,422 berarti varialibitas keputusan pembelian yang dapat dijelaskan oleh variabel citra merek, kualitas produk dan harga sebesar 42,2%, sedangkan 57,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam metode ini. Berdasarkan hasil uji hipotesis variabel citra merek dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan karena nilai t statistik $> 1,96$, sedangkan untuk variabel kualitas produk mempunyai pengaruh postif tidak signifikan karena nilai t statistik $< 1,96$.

Berdasarkan hasil analisa data dapat disimpulkan adanya pengaruh antara citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian Undercarriage Komatsu Merek KSS (Studi Kasus: Pembelian Suku Cadang Alat Berat *Undercariage* Merek KSS Di PT. Multi Power Aditama) hal ini berarti apabila citra merek, kualitas produk, dan harga ditingkatkan maka akan mengakibatkan keputusan pembelian semakin tinggi.

Key Words: *Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.*