

ABSTRACT

This research aims to know partially the influences of brand image, product quality, and price to purchase decision of readymix concrete at PT. Motive Mulia - Merah Putih Beton. The object of research is company that ever purchasing product of Merah Putih Beton at Jakarta and around. This research was done to 42 respondent, with the data collection techniques by questioner. Data of this research was analysed by smartPLS 3. The result showed that partially brand image, product quality have positive significant influences to purchase decision of readymix concrete, but for product quality have positive not significant influences to purchase decision of readymix concrete.

Keyword: Brand Image, Product quality, Price and Buying Decision



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara parsial pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian beton siap pakai di PT. Motive Mulia – Merah Putih Beton. Objek penelitian ini adalah perusahaan yang pernah membeli produk merah putih beton di area Jakarta dan sekitarnya. Penelitian ini dilakukan terhadap 42 responden dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial citra merek dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian beton siap pakai, sedangkan untuk variabel kualitas produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian beton siap pakai.

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

