

ABSTRACT

This study is to find out how the influence of Product Quality, Price, and Brand Image on Purchase Decisions on Street Boba drinks in Jatibening, Bekasi city. The independent variables obtained from the pre-survey results are product quality, price, and brand image. While the dependent variable obtained is the purchase decision. The population used is customers who have bought Street Boba beverage products that taste in the Jatibening area, Bekasi city. The sampling technique in this study used purposive sampling. This study was conducted on 100 respondents with a quantitative descriptive approach by distributing questionnaires that have been tested for validity and reliability. The data analysis method used in this research is descriptive statistical analysis and multiple linear regression test using the IBM Statistics SPSS version 21 application program.

The results of the analysis in this study indicate that product quality, price, and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the results of the F test and t test results with significant values of the three independent variables that support the hypothesis.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision.



ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada minuman Street Boba di Jatibening, kota Bekasi. Variabel bebas yang didapatkan dari hasil pra survey adalah kualitas produk, harga, dan citra merek. Sedangkan variabel terikat yang didapatkan dari fenomena yang terjadi adalah keputusan pembelian. Populasi yang digunakan adalah pelanggan yang pernah membeli produk minuman Street Boba yang berasal di wilayah Jatibening, kota Bekasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan menyebarluaskan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan uji regresi linear berganda menggunakan program aplikasi IBM Statistik SPSS versi 21.

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dari hasil uji F dan hasil uji t dengan nilai signifikan dari ketiga variabel bebas yang mendukung hipotesa.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

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