

## **ABSTRAK**

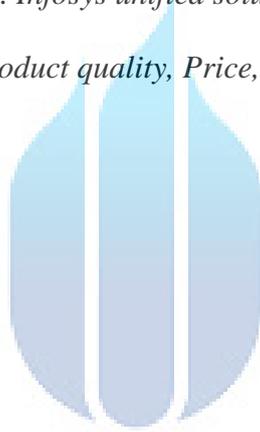
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, kualitas produk dan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang sudah mengenal dan memakai produk di PT. Infosys Solusi Terpadu dengan responden 78 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan kesimpulan adalah regresi linier berganda. Analisis data menggunakan teknik regresi linier berganda. Hal tersebut menjelaskan bahwa citra merek positif terhadap keputusan pembelian, harga negatif terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk positif terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di PT. Infosys Solusi Terpadu.

Kata Kunci: Citra merek, Harga, Kualitas produk, Keputusan pembelian.

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to know the influence of the image of the brand, price, quality products and to purchase decisions using a quantitative approach. The subject of the research is all customers who already know and use the product at PT. Infosys Solutions integrated with respondent 78 people. Data collection methods used in this study is a questionnaire. The technique used in this study to obtain a multiple linear regression is the conclusion. Data analysis using linear regression indicates multiple. It explains that a positive brand image of purchasing decisions, pricing negatively to purchasing decisions and product quality positively towards purchasing decisions. it can be concluded that there is influence of brand image, price, and product quality significantly to customer purchasing decisions on PT. Infosys unified solution.*

*Keywords: brand image, product quality, Price, purchase decisions*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA