

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Tahu (studi kasus pada produk tahu pak budi di tamanan bondowoso). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan menggunakan wawancara dan kuesioner terhadap 90 responden dengan teknik non probability sampling dan metode purposive sampling . Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas , uji reliabilitas , uji asumsi klasik , analisis regresi linier berganda , uji T , dan uji R² . Hasil pengujian pertama (H1) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara brand image terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikasi sebesar 0,013 ($p < 0,05$) untuk hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikasi sebesar 0,002 ($p < 0,05$) untuk hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikasi sebesar 0,002 ($p < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (X1, X2, X3) secara bersama sama berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) keputusan pembelian.

Kata Kunci : Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image, product quality and price on Tofu Product Purchasing Decisions (a case study on Pak Budi's tofu products at Bondowoso Park). The type of research used is quantitative research and collection techniques using interviews and questionnaires to 90 respondents with non-probability sampling techniques and purposive sampling methods. The analytical tools used in this research are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, T test, and R² test. The results of the first test (H1) show that there is a significant effect between brand image on purchasing decisions with a significance level of 0.013 ($p < 0.05$) for the second hypothesis (H2) indicating that there is a significant effect between product quality on purchasing decisions with a significance level of 0.002 ($p < 0.05$) for the third hypothesis (H3) indicating that there is a significant effect between price on purchasing decisions with a significance level of 0.002 ($p < 0.05$). Thus it can be concluded that the independent variables (X1, X2, X3) simultaneously influence the dependent variable (Y) purchasing decisions.

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

