

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2017 dan 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citramerek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 80 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel pengaruh citramerek, harga, dan kualitas produk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citramerek, harga, kualitas produk, keputusan pembelian



ABSTRACT

This research was conducted on students of the Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Jember, 2017 and 2018. This study aims to determine the effect of brand image, price, and product quality on purchasing decisions. In this study data were collected with tools in the form of observation, interviews and questionnaires against 80 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine the respondents' perceptions of each variable. The analysis used includes the data instrument test (validity test and reliability test), the classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, hypothesis test and coefficient of determination test. From the results of the analysis using regression it can be seen that the influence of brand image, price, and product quality variables has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, price, product quality, purchasing decisions

