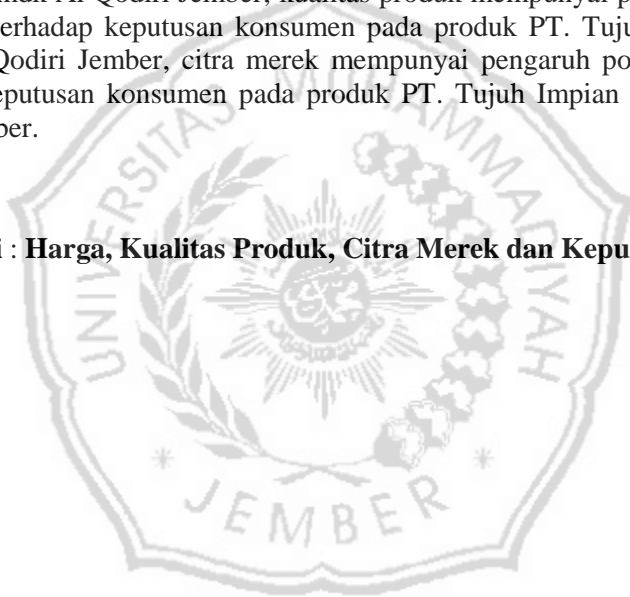


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh harga terhadap keputusan konsumen pada produk PT. Tujuh Impian Bersama Amdk Al Qodiri Jember. (2) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen pada produk PT. Tujuh Impian Bersama Amdk Al Qodiri Jember. (3) Pengaruh citra merek terhadap keputusan konsumen pada produk PT. Tujuh Impian Bersama Amdk Al Qodiri Jember. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 72 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Dari hasil penelitian ini dinyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen pada produk PT. Tujuh Impian Bersama Amdk Al Qodiri Jember, kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen pada produk PT. Tujuh Impian Bersama Amdk Al Qodiri Jember, citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen pada produk PT. Tujuh Impian Bersama Amdk Al Qodiri Jember.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Konsumen



ABSTRACT

This study aims to determine: (1) The effect of prices on consumer decisions on the products of PT. Seven Dreams with Amdk Al Qodiri Jember. (2) Effect of product quality on consumer decisions on PT. Seven Dreams with Amdk Al Qodiri Jember. (3) Effect of brand image on consumer decisions on PT. Seven Dreams with Amdk Al Qodiri Jember. The sample in this study was 72 respondents. The sampling technique uses non probability sampling using purposive sampling. From the results of this study stated that prices have a positive and significant influence on consumer decisions on the products of PT. Seven Dreams with Amdk Al Qodiri Jember, product quality has a positive and significant influence on consumer decisions on PT. Seven Dreams with Amdk Al Qodiri Jember, brand image has a positive and significant influence on consumer decisions on the products of PT. Seven Dreams with Amdk Al Qodiri Jember.

Keywords: Price, Product Quality, Brand Image and Consumer Decisions

