

Abstrak

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE GORENG

Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma di Kampus I

Leonardus Octavyanda Prasetya
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1.) citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Indomie Goreng, 2.) harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Indomie Goreng, 3.) kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Indomie Goreng, 4.) citra merek, harga, dan kualitas produk secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan Pembelian Indomie Goreng. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sanata Dharma Kampus 1 yang pernah membeli Indomie Goreng, dengan sampel sebanyak 97 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data digunakan oleh peneliti adalah analisis deskripsi, analisis regresi linear berganda, uji t, dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Indomie Goreng (2) harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Indomie Goreng (3) kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Indomie Goreng. Hasil peneitian ini menunjukkan bahwa citra merek, harga, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Indomie Goreng.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND IMAGES, PRICES, AND PRODUCT QUALITY ON INDOMIE GORENG PURCHASE DECISIONS

Study of Sanata Dharma University Students at Campus I

Leonardus Octavyanda Prasetya

Sanata Dharma University

Yogyakarta, 2020

This study aims to determine whether: 1.) brand image partially influences the purchase decision of Indomie Goreng, 2.) price partially influences the purchasing decision of Indomie Goreng, 3.) product quality partially influences the purchasing decision of Indomie Goreng, 4.) brand image, price and product quality together influence the purchase decision of Indomie Goreng. This type of research is quantitative. The population in this study was Sanata Dharma University Campus 1 students who had bought Indomie Goreng, with a sample of 97 respondents. Sampling using non probability sampling techniques. Data collection techniques in this study were questionnaires. The research instrument test uses the validity and reliability test. Data analysis techniques used by researchers are descriptive analysis, multiple linear regression analysis, t test, and F test. The results of this study indicate that: (1) brand image had a partial influenced on Indomie Fried's purchasing decisions (2) prices partially influenced the decision Indomie Goreng purchase (3) the quality of the product has no partial influence on the purchase decision of Indomie Goreng. The results of this research indicate that brand image, price, and product quality together influenced the purchasing decision of Indomie Goreng.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality and Purchasing Decisions.