

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price and brand image on purchasing decisions of MS GLOW products at Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo.

This type of research is associative research. The approach used is a quantitative approach. The population of this research is all consumers at Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo. The sampling technique used is nonprobability sampling and accidental sampling technique. The number of respondents is 91.

The results of this research that have been carried out are obtained that the t value of the product quality variable (X1) is $3.323 > 1.986$, so H1 is accepted, which means that product quality has a significant effect on purchasing decisions. It is known that the tcount value of the price variable (X2) is $3.428 > 1.986$, so H2 is accepted, which means that the price has a significant effect on purchasing decisions. It is known that the tcount value of the brand image variable (X3) is $3.281 > 1.986$, so H3 is accepted, which means that brand image has an influence on purchasing decisions. Fcount $20.488 > Ftable 2.71$. H4 is accepted because the value (Sig) is $0.000 < 0.05$. It means that there is a simultaneous relationship between product quality, price and brand image variables on purchasing decisions. So in this study, it was obtained a statement that partially and simultaneously product quality, price and brand image influenced the purchase decision of MS GLOW products at Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW pada Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo.

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasiidarii penelitiannini adalah seluruh konsumen pada Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo. Tekniksamplinggyangddigunakan adalah nonprobability sampling dengan teknik accidental sampling. Banyaknya responden adalah 96.

Hasil penelitian yang telah dilakukan ini diperoleh bahwa nilai t hitung variabel kualitas produk (X1) $3,323 > 1,986$, jadi H1 diterima, yaitu artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Diketahui bahwa nilai thitung variabel harga (X2) adalah $3,428 > 1,986$, jadi H2 diterima, yaitu artinya harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Diketahui bahwa nilai thitungvariabel citra merek (X3) adalah $3,281 > 1,98$, jadi H3 diterima yaitu artinya citra merek memiliki pengaruh pada keputusan pembelian. Nilai Fhitung $13,902 > Ftabel 2,71$. H4 diterima karenaanilaia(Sig) $0,000 < 0,05$. Berarti ada hubungan simultan antara variabel kualitas produk,harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Jadi dalam penelitian ini diperoleh pernyataan bahwa secara parsial dan simultan kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk MS GLOW pada Maria Yoga MS GLOW Sidoarjo.

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