

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, product quality and brand image on purchasing decisions on Hisana Fried Chicken consumers in Sidoarjo. The population in this study are all consumers of Sidoarjo Hisana fried chicken. The number of samples of this study were 150 respondents. By using accidental sampling technique. Data collection using questionnaires, observations and documentation were then analyzed using multiple linear regression tests and significant tests with the help of SPSS Version 24 program. The results of the analysis carried out using the t test concluded that the price variable, product quality and brand image had a partial and significant effect on purchasing decisions . with the results of the price variable t-count of 3.076 with a sig value of 0.003, the product quality is calculated at 3.478 with a sig value of 0.001, the brand image is t-calculated as large as 2.383 with a sig value of 0.018. While the simultaneous F test results obtained 14,788 with a value of sig 0,000.

Keywords: Price, Product Quality, Brand Image, Purchasing Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada konsumen Hisana Fried Chicken di Sidoarjo. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Hisana fried chicken di Sidoarjo. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 150 responden. Dengan menggunakan teknik accidental sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linier berganda dan uji signifikan dengan bantuan program SPSS Version 24. Hasil analisis yang dilakukan menggunakan uji t disimpulkan bahwa variabel harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian. dengan hasil variabel harga t_{hitung} sebesar 3.076 dengan nilai sig 0,003, kualitas produk t_{hitung} sebesar 3,478 dengan nilai sig 0,001, citra merek t_{hitung} sebesar 2,383 dengan nilai sig 0,018. Sedangkan uji F simultan diperoleh hasil 14.788 dengan nilai sig 0,000.

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