

ABSTRACT.

Researchers conducted a study to determine the effect of Brand Image, Product Quality and Price on the dependent variable (Purchase Decision) Adidas at Tunjungan Plaza in Surabaya. Researchers used quantitative data with a questionnaire as a data collection tool. The population to be studied is all consumers who make purchases of Adidas at Tunjungan Plaza Surabaya. By taking a sample of 120 people. The analysis used in this study is Multiple Linear Regression Analysis then using the t test and F test. The results of this study indicate if there is a significant effect of the independent variable on the dependent variable on Adidas at Tunjungan Plaza Surabaya. Based on the results of the t-test of the four independent variables, the Brand Image variable has a value of -0,565, Product Quality has a value of 7,223 and Price of 4,999. While looking at the numbers based on the results of the F test that the calculated F value = 143,608, this means that the Brand Image, Product Quality and Price variables simultaneously affect the Adidas Purchase Decision at Tunjungan Plaza Surabaya.

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

ABSTRAK

Peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh dari Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian) Adidas di Tunjungan Plaza di Surabaya. Peneliti memanfaatkan data kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Populasi yang akan diteliti adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian Adidas di Tunjungan Plaza Surabaya. Dengan pengambilan sampel 120 orang. Analisa yang dipakai dalam penelitian ini yaitu Analisis Regresi Linear Berganda selanjutnya menggunakan uji t dan uji F. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika terdapat pengaruh signifikansi dari variable bebas terhadap variabel terikat pada Adidas di Tunjungan Plaza Surabaya. Berdasarkan hasil uji t-hitung dari ketiga variable bebas yang ada, variabel Citra Merek memiliki nilai sebesar -0,565, Kualitas Produk mempunyai besaran angka 7,223 dan Harga sebesar 4,999. Sedangkan melihat angka berdasarkan hasil uji F bahwa nilai F hitung = 143,608, hal ini berarti bahwa variabel Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga secara serentak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Adidas di Tunjungan Plaza Surabaya.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.