

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi manajemen. Jenis penelitian ini adalah metode penjelasan penelitian kuantitatif. Sedangkan teknik sampling menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh dari rumus *slovin* sebanyak 70 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pengumpulan data, yaitu teknik analisis regresi berganda dilakukan dengan program SPSS untuk menganalisis data. Berdasarkan analisis hasil, telah ditentukan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan serta kualitas produk, harga, dan citra merek secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *handbody* citra pada mahasiswa prodi manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

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

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price, and brand image on purchasing decisions. This research was conducted at PGRI Adi Buana University, Surabaya. The population used in this study were management study program students. This type of research is an explanatory method of quantitative research. While the sampling technique used purposive sampling with the number of samples obtained from the slovin formula as many as 70 respondents. Data collection used a questionnaire with data collection, namely multiple regression analysis techniques carried out with the SPSS program to analyze the data. Based on the analysis of the results, it has been determined that product quality has a negative and not significant effect on purchasing decisions, price has a negative and insignificant effect on purchasing decisions, brand image has a positive and insignificant effect on purchasing decisions, and product quality, price, and brand image as a whole Simultaneously, it does not affect the purchasing decision of image handbody products for management study program students at PGRI Adi Buana University, Surabaya.

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