

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen Arema FC Store. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesis dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Arema FC Store yang berjumlah 74 orang. Sampel responden dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sedangkan metode pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode rumus Green. Alat uji yang digunakan dalam teknik analisis regresi linear berganda dengan *software* SPSS 16.0. setelah dilakukan pengujian hipotesis dengan hasil bahwa variabel Citra Merek (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Produk (X_3) berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

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

ABSTRACT

This research is to find out the influence of brand image, price and product quality on purchasing decisions consumer Arema FC Store. This research was conducted using quantitative methods, research that focuses on testing hypotheses with statistical analysis methods and producing conclusions that can be generalized. The sample in this study is consumer Arema FC Store which amounted to 74 respondents. The sample of respondents in this study uses the nonprobability sampling with purposive sampling procedure. While the sampling method of this study uses the Green formula method. Test equipment uses in multiple linear regression analysis techniques with SPSS 16.0. After testing the hypothesis with the results that variable Brand Image (X_1), Price (X_2) and Product Quality (X_3) have a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y)

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