

## ABSTRAK

Persaingan di dunia usaha mengharuskan setiap perusahaan untuk dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan dalam menghadapi semakin banyaknya para kompetitor yang bergerak dalam industri yang sama, dengan meningkatnya persaingan maka akan memberikan banyak pilihan produk di pasar untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan harapan dari konsumen. Hal tersebut akan membuat konsumen semakin cermat dan pintar dalam memilih setiap produk yang tersedia di pasar. Banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan dan harapan berbeda dari perilaku konsumen mengenai produk apa yang akan dibeli konsumen, dimana mereka dapat memperolehnya dan hal apa yang dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada produk yang mereka miliki (Bairizki, 2017). Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini adalah penelitian non eksperimen dengan bentuk studi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Proses perencanaan tersebut dimulai dari perumusan masalah tentang pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. Langkah kedua yaitu menentukan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu incidental sampling. Langkah ketiga menyebarkan kuesioner untuk diisi oleh responden dan selanjutnya digunakan sebagai data penelitian. Langkah selanjutnya adalah menganalisis data dan melakukan pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, pengujian asumsi klasik, kemudian analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis yaitu uji T dan Uji F. Setelah penelitian ini dianalisis dan ditemukan hasilnya, langkah terakhir memberikan kesimpulan dan saran terhadap penelitian tersebut. Pada bagian ini diuraikan hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan faktor-faktor demografi. Data karakteristik responden yaitu dari data jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka akhirnya penulis menyimpulkan hal-hal sebagai berikut. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan uji-t, dimana hasil menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya.

*Kata Kunci.* Kualitas, Citra Merk, Harga Pembeli.

## ABSTRACT

Competition in the business world requires every company to be able to create a sustainable competitive advantage in the face of the increasing number of competitors engaged in the same industry, with increasing competition, it will provide many product choices in the market to meet the needs in accordance with the expectations of consumers. This will make consumers more careful and smart in choosing every product available in the market. Many things are taken into consideration and expectations are different from consumer behavior regarding what products consumers will buy, where they can get them and what things can attract consumers to make purchasing decisions on the products they have (Bairizki, 2017). research that uses quantitative methods. This research is a non - experimental research in the form of a study of the effect of the independent variables on the dependent variable . The planning process starts from the formulation of problems regarding the influence of service quality, brand image and price on purchasing decisions. The second step is to determine the sampling technique using a non-probability sampling technique, namely incidental sampling. The third step is distributing questionnaires to be filled out by respondents and then used as research data. The next step is to analyze the data and test the research instrument using validity and reliability tests, classical assumption testing, then multiple linear regression analysis, and hypothesis testing, namely the T test and F test. After this research is analyzed and the results are found, the last step provides conclusions and Suggestions for this research. In this section, the results of research that have been carried out based on demographic factors are described. Data on the characteristics of respondents are from data on gender, age and education. , then the writer concludes the following things. Service quality has a significant effect on purchasing decisions. The research hypothesis testing was carried out using the t-test, where the results showed that the hypothesis was accepted and proven true.

Keywords. Quality, Brand Image, Buyer Price.