

ABSTRACT

*This research is entitled *The Influence of Price, Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions at PT Indolakto (Case Study of Indomilk Consumers in Semarang City)* and the aim of this research is to determine the influence of price on purchasing decisions at PT Indolakto, the influence of brand image on purchasing decisions at PT Indolakto and the influence of product quality on purchasing decisions at PT Indolakto (Case Study of Indomilk Consumers in Semarang City).*

This research is quantitative research with questionnaire data collection techniques, the method used is Accidental Sampling. The population in this study were Indomilk milk consumers, with a sample of 100 respondents. The analytical tests used in this research are quantitative analysis, which includes validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The results of this research show that price, brand image and product quality simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions, this is proven by the value of $F_{count} > F_{table}$ ($27.895 > 2.70$) and the sign value of $0.000 < 0.05$. In the t test results, the price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions with a calculated t value of $5.4113 > 1.984$ and a sign value of $0.000 < 0.05$. Brand image has no effect and is not significant with a calculated t value of $-0.018 < 1.9984$ and a sign value of $0.986 > 0.05$. Product quality has a positive and significant effect with a t value of $2.304 > 1.984$ and a sign value of $0.023 < 0.05$. The results of this research obtained a coefficient of determination value of 0.448 (44.8%) and a Watson durbin value of 1.873 . The multiple linear regression equation in this study is $Y = 4.365 + 0.467X_1 - 0.002X_2 + 0.280X_3 + e$.

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

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Indolakto (Studi Kasus Konsumen Indomilk Kota Semarang) dan tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada PT Indolakto, pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT Indolakto dan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Indolakto (Studi Kasus Konsumen Indomilk Kota Semarang).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner, metode yang digunakan yaitu *Accidental Sampling*. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen susu indomilk, dengan sampel sebanyak 100 responden. Uji analisis yang digunakan pada penelitian ini berupa analisis kuantitatif yaitu meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga, citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($27,895 > 2,70$) dan nilai $sign\ 0,000 < 0,05$. Pada hasil uji t variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung $5,4113 > 1,984$ dan nilai $sign\ 0,000 < 0,05$. Citra merek tidak berpengaruh dan tidak signifikan dengan nilai t hitung $-0,018 < 1,9984$ dan nilai $sign\ 0,986 > 0,05$. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t $2,304 > 1,984$ dan nilai $sign\ 0,023 < 0,05$. Hasil penelitian ini didapatkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,448 (44,8%) dan nilai durbin Watson 1,873. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu $Y = 4,365 + 0,467X1 - 0,002X2 + 0,280X3 + e$.

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

