

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena terjadi penurunan penjualan pada cold storage di PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA selama beberapa bulan berturut-turut, sehingga perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada cold storage di PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA dan untuk mengetahui variabel apa yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian pada cold storage di PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA.

Data penelitian ini dikumpulkan dari 100 konsumen PT. USAHA MUDA PUTRA JAYA. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sample*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Sebelumnya dilakukan uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik. Setelah analisis regresi linier berganda dilakukan uji hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil penelitian mendapatkan bahwa persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 0,162 X_1 + 0,155 X_2 + 0,512 X_3 + 0,172 X_4$ .

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan variabel persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk, dan citra merek mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah desain produk, diikuti oleh citra merek dan persepsi harga, sedangkan yang memiliki pengaruh paling kecil adalah kualitas pelayanan. Hasil analisis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk dan citra merek secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Model persamaan ini memiliki nilai F sebesar 369,929 dengan tingkat signifikansi 0.000. Hasil analisis dengan menggunakan koefisien determinasi menunjukkan sekitar 93,7% dari keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk dan citra merek sedangkan 6,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci: keputusan pembelian, persepsi harga, kualitas pelayanan, desain produk , citra merek.