

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Bakpia Willis di area kota Magelang, Semarang dan Jogjakarta. Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas produk (X_1), persepsi harga (X_2), dan citra merek (X_3) sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk bakpia Willis. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Data dikumpulkan dengan metode survey melalui kuesioner yang diisi oleh pelanggan bakpia Willis. Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi. Analisis ini meliputi Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Linier Berganda, Uji Hipotesis melalui Analisis Koefisien Determinasi, Uji F dan Uji T.

Berdasarkan hasil penelitian, persamaan regresi $Y = 0,341X_1 + 0,023X_2 + 0,470X_3$. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliable. Secara individual variabel yang paling memiliki pengaruh paling besar adalah variabel citra merek diikuti oleh variabel kualitas produk, sedangkan variabel persepsi harga berpengaruh negatif. Pengujian hipotesis menggunakan Uji T menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan citra merek terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian, sedangkan variabel persepsi harga tidak.

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