

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, persepsi kualitas, dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan obyek-obyek yang berhubungan untuk pengambilan keputusan yang bersifat umum.

Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini cara pengambilan sampel menggunakan accidental sampling yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan memberikan kuesioner untuk diisi kepada para konsumen yang melakukan keputusan pembelian Bandeng Presto. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi. Analisis statistik deskriptif merupakan interpretasi data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan member keterangan-keterangan dan penjelasan-penjelasan. Analisa regresi meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji determinasi, uji Goodness of Fit melalui uji F dan uji t.

Hasil penelitian membuktikan bahwa tiga variabel independen yaitu citra merek, persepsi kualitas, dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian Bandeng Presto. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen (citra merek, persepsi kualitas, dan harga) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pengaruh positif terbesar terhadap keputusan pembelian Bandeng Presto adalah pada variabel citra merek dengan koefisien 0,478, kemudian diikuti oleh variabel persepsi kualitas dengan koefisien 0,207, sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah yaitu variabel harga dengan nilai koefisien sebesar 0,198.

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