

ABSTRAKSI

Wingko babat merupakan salah satu makanan khas kota Semarang. Ketertarikan konsumen terhadap wingko babat cukup besar, sehingga banyak pedagang wingko bermunculan di kota Semarang. Salah satu usaha wingko babat yang banyak dikenal adalah wingko babat “NN Meniko”. Persaingan antar usaha wingko semakin ketat, hal ini melatarbelakangi permasalahan bahwa terjadi penurunan tingkat penjualan pada usaha ini. Hal tersebut terbukti dengan rendahnya keinginan masyarakat untuk melakukan keputusan pembelian terhadap wingko babat “NN Meniko”. Penelitian ini bertujuan menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian wingko babat “NN Meniko”.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli wingko babat “NN Meniko”. Dengan menggunakan teknik sampling *accidental sampling*, yaitu penentuan sampel secara acak. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi linier berganda. Sebelum dilakukannya uji regresi, terlebih dahulu dilakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Penelitian ini menggunakan harga, kualitas produk dan loyalitas merek sebagai variabel independen yang akan diuji pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan loyalitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya dalam mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Variabel berikutnya yang berpengaruh adalah loyalitas merek dan variabel terakhir yang paling kecil pengaruhnya terhadap keputusan pembelian adalah variabel harga.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Loyalitas Merek, Keputusan pembelian