

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UNIQLO PONDOK INDAH
MALL JAKARTA**

SKRIPSI

Program Studi : Manajemen



JAKARTA

2019

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UNIQLO PONDOK INDAH
MALL JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen- Strata 1



Oleh

NAMA : ROFIKOH NUR AQLA

NIM : 041401503125123

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2019

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND BRAND IMAGE ON
PURCHASE DECISION IN UNIQLO PONDOK INDAH MALL JAKARTA***

THESIS

The Study Program : Management



By :

NAME : Rofikoh Nur Aqla

NIM : 041401503125123

ECONOMIC FACULTY

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2019

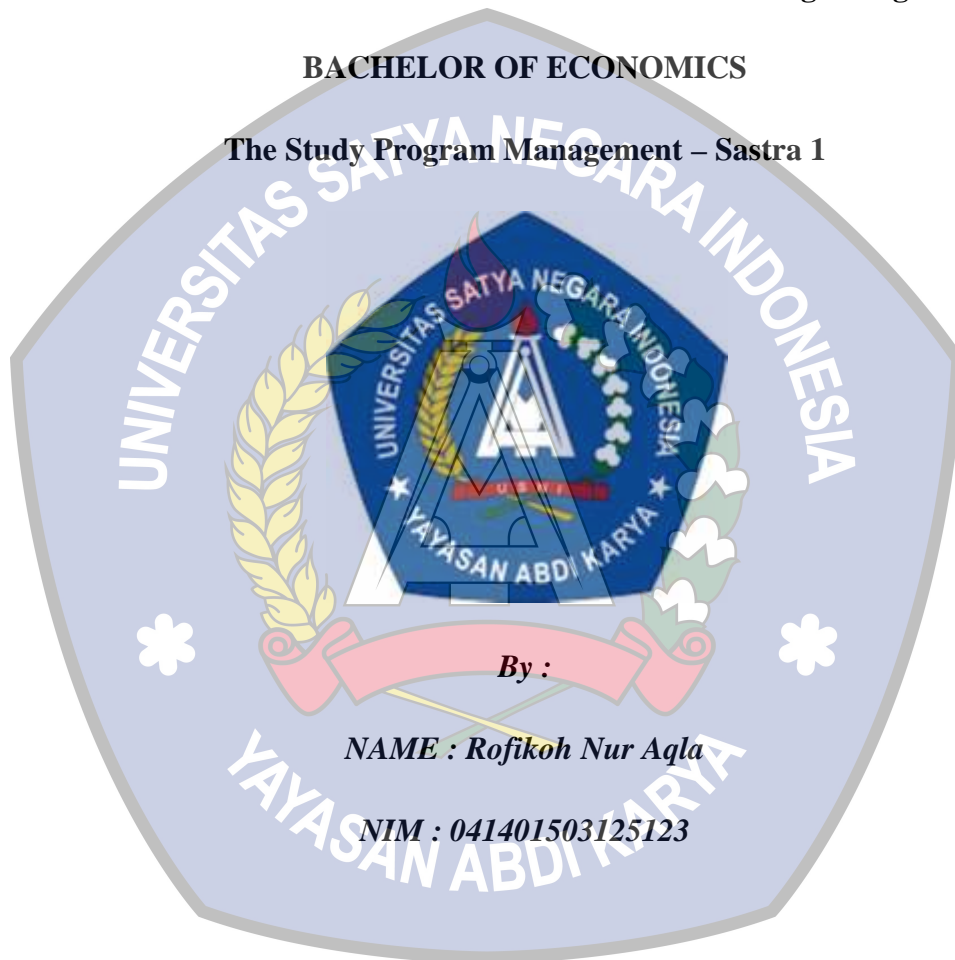
***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND BRAND IMAGE ON
PURCHASE DECISION IN UNIQLO PONDOK INDAH MALL JAKARTA***

THESIS

Presented As One Of The Conditions For Obtaining A Degree

BACHELOR OF ECONOMICS

The Study Program Management – Sastra 1



ECONOMIC FACULTY

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dan penilaian dari hasil penelitian ini berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan skala Likert. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian di Uniqlo Pondok Indah Mall Jakarta sebanyak lebih dari 2 kali pembelian dan menjadi pelanggan dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 67 responden. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas), Analisis Normalitas data, Uji Asumsi (Normalitas, Multikolonieritas, Heteroskedatisitas, Autokorelasi), Uji Koefisien Korelasi, Uji Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, dan Koefisien Determinasi R^2 .

Dari hasil uji f (secara simultan), telah diperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Citra Merek (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan hasil uji t (secara parsial) bahwa Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Citra Merek (X3) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Product Quality, Price, and Brand Image on Purchasing Decisions. The method used is a quantitative method and the assessment of the results of this study is based on respondents' answers by using a Likert scale. The population in this study are all customers who made purchases at Uniqlo Pondok Indah Mall Jakarta as many as 2 times the purchase and become customers and the sample in this study amounted to 67 respondents. The analytical method in this study uses Descriptive Analysis, Instrument Test (Validity and Reliability), Data Normality Analysis, Assumption Test (Normality, Multicolonity, Heteroscedaticity, Autocorrelation), Correlation Coefficient Test, Multiple Linear Regression Test, T Test, F Test, and F coefficient Determination R2.

From the results of the f test (simultaneously), the results have been obtained that the Product Quality variable (X1), Price (X2), Brand Image (X3) has a positive and significant influence on the Purchase Decision (Y). While the results of the t test (partially) that Product Quality (X1), Price (X2), and Brand Image (X3) have an effect but not significant to the Purchase Decision (Y).

Keywords: *Product Quality, Price, and Brand Image, Purchasing Decision.*