

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK ZARA DI PONDOK INDAH MALL 2
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2019

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK ZARA DI PONDOK INDAH MALL 2
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1



OLEH:

NAMA : UTARI NURBAITI

NIM : 041501503125083

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2019

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE AND PRODUCT
QUALITY ON PURCHASE DECISIONS ZARA
PRODUCT IN PONDOK INDAH MALL 2
SOUTH JAKARTA**

THESIS

Program Study Management



Arranged by:

NAMA : UTARI NURBAITI

NIM : 041501503125083

**ECONOMIC FACULTY
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA**

2019

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE AND PRODUCT
QUALITY ON PURCHASE DECISIONS ZARA
PRODUCT IN PONDOK INDAH MALL 2
SOUTH JAKARTA
THESIS**

Presented As One Of The Condition Obtaining A Degree

BACHELOR OF ECONOMICS

Economic Studies Program Management –Strata 1



**ECONOMIC FACULTY
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA**

2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk ZARA di Pondok Indah Mall 2 Jakarta Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian produk ZARA di Pondok Indah Mall 2 Jakarta Selatan dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden konsumen di ZARA Pondok Indah Mall 2 Jakarta Selatan. Metodologi penelitian ini menggunakan metode kausal. Teknik sampel menggunakan accidental sampling. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan Software SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) Harga (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan Citra Merek (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Citra Merek (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dan kontribusi semua variabel bebas Adjusted R^2 sebesar 19,3% terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan sisanya sebesar 80,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

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

ABSTRACT

This study aims to determinate the effect of Brand Image, Price, and Product Quality on the Decision to Purchase ZARA Products at Pondok Indah Mall 2 South Jakarta. The population in this study were all consumers who purchased ZARA products in Pondok Indah Mall 2 South Jakarta and 80 respondents in ZARA Pondok Indah Mall 2 in South Jakarta. The samples in this study were South Jakarta. This research methodology uses a causal method. The sample technique uses accidental sampling. Data collection methods use primary data and secondary data. Data analysis method used in this study is multiple linear regression analyst with the help of SPSS 22 Software. The result of this study indicate that partially (t test) Price (X_2) and Product (X_3) have a significant effect on Purchasing Decisions (Y), while Brand Image (X_1) has no significant effect on Purchasing Decisions (Y). Simultaneously (F test) shows that there is a significant influence between the variable Brand Image (X_1), Price (X_2) and Product Quality (X_3) on Purchase Decisions (Y). And the contribution of all Adjusted R^2 independent variables is 19,3% on Purchase Decisions (Y), while the remaining 80,7% is influenced by other variables not included in this study.

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

