

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ROKOK GUDANG GARAM

(Survei Pada Mahasiswa FEB UPN Veteran Yogyakarta)

WIDI HADIYANTI

NIM: 141100298

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

Widyhadiyanti2015@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian dilakukan di FEB UPN Veteran Yogyakarta di Jalan SWK No 104, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Pengambilan data dilakukan pada bulan Mei 2017. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penggunaan regresi linier berganda, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dari Variabel Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Promosi secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian. Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,376 dengan nilai signifikansi t hitung sebesar 0,003 (kurang dari 5%) menunjukkan pengaruh positif (searah) variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian, Koefisien regresi variabel Harga (X2) sebesar 0,272 dengan nilai signifikansi t hitung sebesar 0,012 (kurang dari 5%) menunjukkan pengaruh positif (searah) variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian, Koefisien regresi variabel Citra Merek (X3) sebesar 0,277 dengan nilai signifikansi t hitung sebesar 0,022 (kurang dari 5%) menunjukkan pengaruh positif (searah) variabel citra merek terhadap variabel keputusan pembelian dan Koefisien regresi variabel promosi (X4) sebesar 0,008 dengan nilai signifikansi t hitung sebesar 0,94 (lebih dari 5%) menunjukkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

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