

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Beras 64 Merek “Cap Jago Luwes” Argomulyo Di Cangkringan, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Wahyu Nur Widiyanto
NIM : 141130095

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
(Wahyu.nw@yahoo.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian beras 64 merek “Cap Jago Luwes” Argomulyo, Cangkringan, Sleman Yogyakarta tahun 2017. Variabel independen yang digunakan adalah kualitas produk (X1), harga (X2), citra merek (X3), sedangkan untuk variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah survey. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert, dimana responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan citra merek secara bersama-sama dan parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian beras 64 merek “Cap Jago Luwes Argomulyo” di Cangkringan, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.