

ABSTRAKSI

Muhammad Fahmi, nomor Mahasiswa 152130087, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh kualitas produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap keputusan Pembelian konsumen minyak goreng Bimoli” (Studi pada Ibu Rumah Tangga Sambirejo Yogyakarta). Dosen Pembimbing I Dr.Susanta. MSi dan Dosen Pembimbing II Dr Adi Soeprapto

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian konsumen minyak goreng Bimoli. Tipe penelitian ini *explanatory* dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini primer dan sekunder. Penelitian ini dilakukan pada Ibu Rumah Tangga Sambirejo Yogyakarta. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu Ibu-ibu rumah tangga sambirejo Yogyakarta sebanyak 79 orang ibu rumah tangga. Teknik sampling menggunakan metode *Sensus Sampling* yaitu teknik sampel dengan menggunakan jumlah keseluruhan pada populasi menjadikan sampel. Uji hipotesis yang digunakan uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji t).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan variable kualitas produk, Citra Merek dan Persepsi Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable keputusan pembelian ditunjukkan nilai F hitung sebesar 78,173 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variable keputusan pembelian sebesar 4,572 dan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ (5%), variable citra merek berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 3,370 dan probabilitas sebesar $0,002 < 0,05$ (5%) variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap variable keputusan pembelian sebesar 3,885 dan probabilitas sebesar $0,003 < 0,05$ (5%).

Berdasarkan dari penelitian ini yang harus dilakukan perusahaan PT Salim Ivonas Pratama (SIMP) yaitu harus bisa mempertahankan dan meningkatkan ketahanan dari minyak goreng Bimoli agar para konsemen merasa yakin dan semakin tertarik dengan membeli minyak goreng Bimoli serta lebih memilih produk minyak goreng bimoli dibanding merek lain.

Kata Kunci: Kualitas produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Keputusan pembelian.