

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Survey pada konsumen Rumah Makan Ayam Goreng “Bu Tini” di Yogyakarta)

ILHAM ADE SAPUTRO

NIM 141140144

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Yogyakarta

e-mail: ilhamade96@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada rumah makan ayam goreng “Bu Tini” di Yogyakarta. Populasi dari penelitian ini adalah sebagian konsumen rumah makan ayam goreng “Bu Tini” di Yogyakarta yang pernah menggunakan minimal 2 kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 80 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah makan ayam goreng “Bu Tini” di Yogyakarta. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek dan harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada rumah makan ayam goreng “Bu Tini” di Yogyakarta. Faktor kualitas produk, citra merek dan harga berkontribusi sebesar 96,8% terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek, harga, keputusan pembelian