

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN J.Co DONUTS AND
COFFEE DI AMBARUKMO PLAZA**

Disusun oleh:

SATRIA TUNGGUL WARDANA

141140140

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

satriason172@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian J.Co donuts and coffee (Survey terhadap Konsumen J.Co Donuts and Coffee di Ambarukmo Plaza). Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama- sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Desain Produk, Dan Kualitas Produk secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan nilai *R Square* sebesar 0.716, artinya 71.6% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk Citra Merek dan Harga.. Sedangkan 28.4% sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain atau dipengaruhi variabel lain diluar variabel bebas yang diteliti.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian