

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Survey pada Konsumen Miniso di Mall Malioboro Yogyakarta)

RIZKA RAHMAWATI

NIM : 141160147

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

Rizkarahma76@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Miniso Mall Malioboro Yogyakarta, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada konsumen Miniso Mall Malioboro Yogyakarta. Metode pengambilan data menggunakan purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dari populasi berdasarkan kriteria tertentu seperti konsumen yang pernah membeli produk di Miniso Mall Malioboro Yogyakarta. Metode analisis data meliputi analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dengan menggunakan metode teknik regresi linier berganda serta uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama dan uji t secara satu-persatu. Hasil penelitian ini menunjukkan Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Miniso Mall Malioboro Yogyakarta pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Kemudian secara satu-persatu, variabel Kualitas Produk dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Miniso Mall Malioboro Yogyakarta, sedangkan variabel Harga berpengaruh positif dan *tidak signifikan* terhadap Keputusan Pembelian di Miniso Mall Malioboro Yogyakarta. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0.619, yang berarti 61,9% variasi Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek dan sisanya 38,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

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