

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN BOBA  
MEREK CHATIME**

**(Survei pada Konsumen Chatime di Kabupaten Sleman)**

Siti Mita Khoirunnisa  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Yogyakarta  
Email: [Mitakhoirunisa38@gmail.com](mailto:Mitakhoirunisa38@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk minuman boba merek Chatime survei pada konsumen Chatime di Kabupaten Sleman. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Chatime di Kabupaten Sleman. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 26. Penelitian ini membuktikan bahwa (1) kualitas produk, harga, dan *brand image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (2) kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) harga secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (4) *brand image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini masih menunjukkan adanya perbedaan dengan hasil penelitian terdahulu.

**Kata Kunci:** Minuman boba; kualitas produk; harga; *brand image*; keputusan pembelian.

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND BRAND  
IMAGE ON THE PURCHASE DECISION OF CHATIME BRAND BOBA  
BEVERAGE PRODUCTS**  
**(Survey of Chatime Consumers in Sleman Regency)**

Siti Mita Khoirunnisa  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Yogyakarta  
Email: [Mitakhoirunisa38@gmail.com](mailto:Mitakhoirunisa38@gmail.com)

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the effect of product quality, price, and brand image on purchasing decisions for Chatime boba drink products from a survey of Chatime consumers in the Special Region of Yogyakarta. The research method used in this study is a quantitative method. The population in this study are Chatime consumers in Sleman Regency. Collecting data in this study is using an online questionnaire. The number of samples taken in this study were 100 respondents. The analytical tools used are descriptive and quantitative methods using multiple linear regression analysis using the help of SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 26. This study proves that (1) product quality, price, and brand image simultaneously have a significant effect on decision making. purchase (2) product quality partially has a positive and significant effect on purchasing decisions (3) price partially has a negative and insignificant effect on purchasing decisions (4) brand image partially has a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of this study still show differences with the results of previous studies.

**Keywords:** boba drink; product quality; price; brand image; buying decision.