

ABSTRAKSI

JOHAN ALTOBELLI PANDIANGAN. Pengaruh Harga, Kualitas dan Citra Pada Produk Private Label Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen ASIA BARU Supermarket di Solo. (Dibimbing oleh Dra. CHAULA ANWAR, MM. dan Drs. IGN. AGUS SURYONO, MM.).

Dalam kondisi persaingan yang ketat saat ini dalam bisnis ritel menuntut perusahaan untuk mampu menciptakan strategi dan kebijakan yang tepat dalam pengambilan langkah pengembangan pasar serta perebutan pasar pesaing. Dalam hal ini pemasaran merupakan faktor penting, pemasaran merupakan suatu konsep yang melihat bisnis dari nilai akhirnya. Banyak strategi yang diciptakan perusahaan dalam menarik pelanggannya seperti menciptakan produk berkualitas dengan harga yang murah. Permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan adalah bagaimana menilai pelanggan terhadap pengaruh keputusan pembelian produk yang akan dipasarkan khususnya disini adalah *Produk Private Label*.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga, Kualitas dan Citra secara serempak/simultan terhadap keputusan pembelian produk *private label* di ASIA BARU Supermarket di Solo; (2) untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga, Kualitas dan Citra secara parsial terhadap keputusan pembelian produk *private label* di ASIA BARU Supermarket di Solo.

Penelitian ini dilakukan pada ASIA BARU Supermarket yang berlokasi di Jl.Urip Sumoharjo No.244 solo kota/jebres. Pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *teknik non probability sampling* dengan menggunakan metode *teknik purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen ASIA BARU Supermarket dan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen ASIA BARU Supermarket yang pernah melakukan pembelian produk *private label* di ASIA BARU Supermarket yang berjumlah 150 responden. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu Harga, Kualitas dan Citra, sedangkan sebagai variabel terikat adalah keputusan pembelian dalam kuesioner.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = -1,533 + 0,263X_1 + 0,073X_2 + 0,867X_3$. Variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel harga (0,263), diikuti oleh variabel Kualitas (0,073), dan terakhir adalah variabel Citra (0,867). Hasil uji t membuktikan bahwa semua variabel independen (Harga, Kualitas dan Citra) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen. Artinya menurut konsumen ketiga variabel independen tersebut dianggap penting ketika akan melakukan keputusan pembelian *produk private label* di ASIA BARU Supermarket. Saran yang dapat diberikan pada pihak ASIA BARU Supermarket dengan memperhatikan ketiga variabel tersebut dengan begitu maka keputusan pembelian konsumen akan lebih meningkat lagi dan lebih tertarik melakukan pembelian di ASIA BARU Supermarket.

Kata kunci : Harga, Kualitas, Citra, Keputusan Pembelian Konsumen.