

ABSTRACT

Bernadeta Sri Wanti Manurung, The Effect Of Brand Image, Product Quality and Price On Purchasing Decisions Of Eiger Products, Trunojoyo Madura University Students. Under the Guidance Of Dr. A. Yahya Surya Winata, SE., M.Si. and R. Gatot Heru Prajonto, SE., MM.

This study was conducted to determine the effect of brand image, product quality and price on purchasing decisions of Eiger products, Trunojoyo Madura University Students. The research sample was 100 students of University of Trunojoyo Madura who had bought outdoor products which branded Eiger, using sampling technique by purposive sampling method. The type of analysis that used in this study is multiple regression analysis, using descriptive analysis and using t test (partial) and F test (simultaneous), hence in processing the data, the writer used SPSS. This research uses primary data and secondary data which obtained directly by questionnaire that filled by Trunojoyo Madura University students who had purchased the Eiger product .

Based on descriptive analysis, variable brand image, product quality and price are very good according to the perceptions of respondents. Subsequently, based on the results of t test brand image variable and price has significant influences on purchasing decisions. In the other hand, the product quality variable is not significant influences to purchase decision. While, according to the test F brand image, product quality and price associated simultaneously against the purchase decision of Eiger product.

Keywords: Brand Image, Quality Product, Price, Purchasing Decision

ABSTRAK

Bernadeta Sri Wanti Manurung, Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Outdoor* Merek Eiger, Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Dibawah Bimbingan Dr. A. Yahya Surya Winata, SE., M.Si dan R. Gatot Heru Prajonto. SE., MM.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk *outdoor* merek Eiger, Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Sampel penelitian 100 orang, mahasiswa universitas trunojoyo madura yang pernah membeli produk *outdoor* eiger, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dengan menggunakan analisis deskriptif serta menggunakan uji t (parsial) dan uji F (simultan), sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder , data dalam penelitian ini di peroleh langsung dari kuesioner yang di isi oleh mahasiswa universitas trunojoyo madura yang pernah membeli produk eiger yang terpilih menjadi responden.

Hasil dari penelitian ini berdasarkan analisis deskriptif adalah variabel Citra Merek, Kualitas produk dan Harga sangat baik menurut persepsi responden. Kemudian berdasarkan hasil uji t variabel citra merek dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan berdasarkan uji F citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

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