

**KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP PRODUK MAKANAN AYAM GEPREK
(Studi pada Geprek Benu Cabang Surabaya)**

Oleh:
Erlina Dedeh Febriyanti
NIM.160211100163

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk makanan ayam geprek (Geprek Benu di Surabaya), (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk makanan ayam geprek (Geprek Benu di Surabaya), (3) pengaruh citra merek dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian produk makanan ayam geprek (Geprek Benu di Surabaya).

Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen geprek benu cabang Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian pada taraf signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa: (1) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 7,811 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,001 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,416; (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 11,148 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,594; (3) Harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dari nilai f_{hitung} sebesar 227,400 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$).

Kata kunci: Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian.

**DECISION OF PURCHASE BASED ON BRAND IMAGES AND PRICES OF
GEPREK CHICKEN FOOD PRODUCTS
(Study on Geprek Benu Surabaya Branch)**

By:
Erlina Dedeh Febriyanti
NIM.160211100163

ABSTRACT

The study aims to analyse: (1) The influence of brand image towards purchase decision of Geprek Benu in Surabaya, (2) The influence of price towards purchase decision of Geprek Benu in Surabaya, (3) The influence of brand image and price simultaneously towards purchase decision of Geprek Benu in Surabaya

The type of this research is a survey study with a quantitative approach. The population on this study were consumers of Geprek Benu on Surabaya branch. Sampling techniques on this research is using purposive sampling and obtained 100 respondents of sample. Data collection techniques is using questionnaire that have tested their validity dan reliability. The data analysis technique is using multiple linear regression.

The result of the study at 0.05 significance level indicate that: (1) The brand image has a positive and significant effect on purchase decision, evidenced from the t_{count} of 7,811 with a significance value of 0,000 ($0,000 < 0,05$), and the regression coefficient has a positive value of 0,416; (2) The price has a positive and significant effect on purchase decision, evidenced from the t_{count} of 11,148 with a significance value of 0,000 ($0,000 < 0,05$), and the regression coefficient has a positive value of 0,594; (3) Brand image and price simultaneously has a positive and significant effect on purchase decision, evidenced from the t_{count} of 227,400 with a significance value of 0,000 ($0,000 < 0,05$).

Keywords: Brand Image, Price, Purchase Decision

