

ABSTRAK

Clinderton Alfrado Simanjuntak, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Cok Ko Tengok (CKT) pada Masyarakat kota pematang SiantaR. Dibawah bimbingan bapak **Hadi Purnomo S.E, M.M.**

Cok Ko Tengok merupakan badan usaha yang berdiri pada tahun 2013 dan berlokasi di kota pematang Siantar, adapun produk yang dijual oleh Cok Ko Tengok adalah berupa pakaian dan aksesoris yang bernuansakan adat Batak. Hal tersebut membuat penulis tertarik dalam melakukan penelitian pada usaha Cok Ko Tengok (CKT), dimana penulis bertujuan untuk mengetahui apakah variabel citra merek, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh baik secara parsial dan Simultan terhadap keputusan pembelian produk Cok Ko Tengok pada masyarakat kota pematang siantar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan penarikan sampelnya menggunakan teknik non probability sampling method, dianalisis dengan menggunakan analisi regresi (Regression Analysis) dan alat analisisnya yaitu SPSS.

Berdasarkan hasil uji terhadap data yang telah terkumpul melalui kuesioner yang disebar. Didapat hasil dari hipotesis pertama bahwa Variabel Citra merek berpengaruh signifikan dan simultan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk tidak signifikan terhadap keputusan pembelian namun berpengaruh secara simultan, harga berpengaruh secara signifikan dan simultan.

Kata Kunci: *Citra Merek, Kualitas produk, Harga, Keputusan pembelian.*

ABSTRACT

Clinderton Alfrado Simanjuntak, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Cok Ko Tengok (CKT) pada Masyarakat kota pematang Siantar. Dibawah bimbingan bapak **Hadi Purnomo S.E, M.M.**

Cok Ko Tengok is a business entity established in 2013 and located in the city of Pematang Siantar, while the products sold by Cok Ko Tengok are in the form of clothing and accessories with Batak traditional nuances. This makes the author interested in conducting research on the Cok Ko Tengok (CKT) business, where the author aims to find out whether the variables of brand image, product quality and price have a partial and simultaneous influence on the purchase decision of Cok Ko Tengok products in the people of Pematang Siantar city.

This study used a quantitative approach and the sampling used a non-probability sampling method, analyzed using regression analysis and the analysis tool, SPSS.

Based on the test results on data that has been collected through questionnaires distributed. The results of the first hypothesis were obtained that the brand image variable had a significant and simultaneous effect on purchasing decisions, product quality was not significant on purchasing decisions but had a simultaneous effect, price had a significant and simultaneous effect.

Keywords: *Brand image, Product Quality, Price, Purchase Decision.*