

ABSTRACT

Rofiki Amir. 2013. A Study of the Influence of Brand and Price on Purchasing Decision of Store-branded Product (A Study on Supermarket of Sidogiri Kopontren, Subsidiary of Tanah Merah). Advisor (I) Bambang Setiyo Pambudi, SE., MM., (II) Suyono, SE., M.S.M

Price and Brand are important points to be noticed by the company in producing products with its own brand so that, the marketing both in goods and services are acceptable by the consumers. The minimarket of Sidogiri Kopontren, subsidiary of Tanah Merah, is one of the retail businesses that run in buying and selling products, which requires to pay attention on consumers' behavior in making decision to buy the products.

The objectives of the study are (1) to find out simultaneously the influence of brand and product to the decision of buying products, (2) to find out which variable that has bigger influence to the decision of buying products.

The study applies quantitative methods. The samples are collected purposively as many as 45 respondents. The data are obtained by using questionnaires, library research, and interviews; while the likert scale is applied to measure the respondents' responds. Validity, test reliability, and classical assumption test is applied for the instrument testing. Moreover, the data is analyzed by using multiple linear regressions since the number of variable used are more than two by using F test and t test.

The study shows that the variables of brand and price influence partially and simultaneously to the decision of buying the products. The Brand variable has bigger influence on purchasing decision.

Keywords: purchasing decision, brand and price.

ABSTRAK

Rofiki Amir. 2013. Pengaruh Harga dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Toko (Studi Pada Swalayan Kopontren Sidogiri Cabang Tanah Merah), dibawah bimbingan Bambang Setiyo Pambudi, SE. MM., dan Suyono, SE. M. S. M.

Harga dan Merek merupakan salah satu langkah awal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam menghasilkan produk dengan merek sendiri, sehingga pemasaran yang diharapkan perusahaan dapat diterima konsumen, baik yang bergerak dalam bidang produksi barang maupun jasa. Swalayan Kopontren Sidogiri Cabang Tanah Merah merupakan salah satu bisnis eceran yang bergerak dalam jual beli barang yang perlu memperhatikan perilaku konsumen untuk mengambil keputusan.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh harga dan merek secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi pada Swalayan Kopontren Sidogiri Cabang Tanah Merah), (2) untuk mengetahui variabel yang berpengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Swalayan Kopontren Sidogiri Cabang Tanah Merah).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berusaha untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan merek terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Swalayan Kopontren Sidogiri Cabang Tanah Merah). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan 45 responden. Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, kepustakaan, dan kuesioner dan menggunakan skala likert untuk mengukur jawaban responden. Untuk menguji instrumen menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Sedangkan teknik analisis data yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel, dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan merek berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Swalayan Kopontren Sidogiri Cabang Tanah Merah). Variabel merek berpengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Swalayan Kopontren Sidogiri Cabang Tanah Merah).

Kata Kunci : Harga, Merek, dan Keputusan pembelian.