

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Konveksi Faroz Gendingan Tulungagung" ini ditulis oleh Novita Putri Ramdani, NIM 12405193091, dengan dosen pembimbing Galih Pradananta, M.Si, NIP. 199308242020121011.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh faktor keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya berupa harga yang sesuai dan citra merek yang baik, citra merek juga mempunyai peranan yang penting untuk membedakan suatu produk atau jasa dengan perusahaan lain. Kemudian harga juga merupakan hal penting yang ditetapkan untuk menyesuaikan dengan persaingan pasar dan kualitas. Adapun indikator keterkaitan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga, citra merek, dan kualitas layanan dalam menentukan pengaruh keputusan pembelian konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, citra merek dan kualitas layanan secara parsial dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada usaha konveksi Faroz Gendingan Tulungagung. Serta untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, citra merek dan kualitas layanan secara simultan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada usaha konveksi Faroz Gendingan Tulungagung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Sampel yang digunakan dengan teknik *non probability sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Tahap selanjutnya, data kuesioner diolah dengan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Kualitas Produk dan Kualitas Layanan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha konveksi Faroz Gendingan Tulungagung. Harga dan Citra Merek dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha konveksi Faroz Gendingan Tulungagung. Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Kualitas Layanan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara t terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha konveksi Faroz Gendingan Tulungagung.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian Konsumen dan Usaha Konveksi Faroz.

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Product Quality, Price, Brand Image, and Service Quality on Consumer Purchase Decisions in Faroz Gendingan Tulungagung Convection Business" was written by Novita Putri Ramdani, NIM 12405193091, with Galih Pradananta, M.Sc, NIP as supervisor. 199308242020121011.

This research is motivated by the success factors of a company in marketing its products in the form of appropriate prices and a good brand image, brand image also has an important role to differentiate a product or service from other companies. Then price is also an important thing that is set to adjust to market competition and quality. The linkage indicators used in this study are product quality, price, brand image, and service quality in determining the influence of consumer purchasing decisions.

The purpose of this study were: To find out whether product quality, price, brand image and service quality can partially influence consumer purchasing decisions at the Faroz Gendingan Tulungagung convection business. As well as to find out whether product quality, price, brand image and service quality can simultaneously influence consumer purchasing decisions in the Faroz Gendingan Tulungagung convection business.

The method used in this research is quantitative and this type of research is associative quantitative research. The sample used with non-probability sampling technique. The number of samples is 100 respondents. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. Measurement in this study using a Likert scale. In the next stage, the questionnaire data was processed using the data analysis method used in this study, namely the classical assumption test, validity test, reliability test, multiple linear regression test, coefficient of determination test.

The results showed that: Product Quality and Service Quality in this study it can be concluded that partially there is no significant influence on consumer purchasing decisions at the Faroz Gendingan Tulungagung convection business. Price and Brand Image in this study it can be concluded that partially there is a significant influence on consumer purchasing decisions at the Faroz Gendingan Tulungagung convection business. Product Quality, Price, Brand Image and Service Quality in this study it can be concluded that t has an influence on consumer purchasing decisions in the Faroz Gendingan Tulungagung convection business.

Keywords: *Product Quality, Price, Brand Image, Service Quality, Consumer Purchasing Decisions and Faroz Convection Business.*