

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDY KASUS PADA
LADYFAME SHOP BANDAR LAMPUNG DAN KOTABUMI)**

ABSTRAK

Oleh

Adelia Riezta Fadhilah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap keputusan pembelian pada Ladyfame shop Bandar Lampung dan Kotabumi secara Persial dan Simultan. Metode pengambilan sampel menggunakan Purposive sanpling, jumlah sample menggunakan perhitungan rumus Hair at all dengan menggunakan 200 responden. Pengujian instrument menggunakan Uji Validitas dan Reliabilitas, metode analisis data menggunakan analisis linier berganda dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian Kualitas Produk dan Citra Merek secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Ladyfame Shop Bandar Lampung dan Kotabumi, sedangkan Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ladyfame shop Bandar Lampung dan Kotabumi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek secara simulas berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian pada Ladyfame Shop Bandar Lampung dan Kotabumi, sedangkan pada Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,760 Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pembelian dapat di pengaruhi oleh Keputusan Pembelian (X_1), Harga(X_2) dan Citra Merek (X_3). Sedangkan sisanya 24% terdapat variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

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

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND BRAND IMAGE ON
PURCHASING DECISIONS (CASE STUDY AT LADYFAME SHOP BANDAR
LAMPUNG AND KOTABUMI)**

ABSTRACT

By

Adelia Riezta Fadhilah

This research aims to determine the influence of product quality, price and brand image on purchasing decisions at Ladyfame shops in Bandar Lampung and Kotabumi simultaneously and simultaneously. The sampling method used purposive sampling, the sample size used the Hair at all formula calculation using 200 respondents. Instrument testing uses Validity and Reliability Tests, data analysis methods use multiple linear analysis and coefficient of determination. The results of research on Product Quality and Brand Image have a partial positive and significant effect on Purchasing Decisions at Ladyfame Shop Bandar Lampung and Kotabumi, while Price has no effect on Purchasing Decisions at Ladyfame Shop Bandar Lampung and Kotabumi. The research results show that product quality, price and brand image simultaneously have a significant effect on purchasing decisions at the Ladyfame Shop Bandar Lampung and Kotabumi, while the coefficient of determination (R^2) is 0.760. These results show that the purchasing decision variable can be influenced by the purchasing decision (X_1), Price (X_2) and Brand Image (X_3). Meanwhile, the remaining 24% contained other variables that were not included in this study.

Keywords: Purchase Decision, Product Quality, Price, Brand Image, Ladyfame Shop