

ABSTRAK

ANALISIS PRODUCT VALUE DAN BRAND IDENTITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SAKARA COFFEE

MUHAMAD IKHSAN ASROFI
18411331

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *product value* dan *brand identity* terhadap keputusan pembelian. Data sekunder yang digunakan dalam penulisan ini berupa kuesioner. Variabel independen dalam penulisan ini adalah *product value* dan *brand identity*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Sampel penelitian ini terdiri dari 120 responden dengan teknik *nonprobability* sampling sebagai metode pengambilan sampel. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan variabel *product value* dan *brand identity* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan secara simultan variabel *product value* dan *brand identity* secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *product value*, *brand identity*, keputusan pembelian

ABSTRAK

ANALYSIS OF PRODUCT VALUE AND BRAND IDENTITY ON PURCHASING DECISIONS ON SAKARA COFFEE PRODUCTS

MUHAMAD IKHSAN ASROFI
18411331

This research aims to determine the influence of product value and brand identity on purchasing decisions. Secondary data used in this writing is in the form of a questionnaire. The independent variables in this writing are product value and brand identity. The analytical method used in this research is multiple linear regression with the help of the SPSS program. This research sample consisted of 120 respondents with nonprobability sampling technique as the sampling method. The results of this research partially show that the product value and brand identity variables have a positive influence on purchasing decisions and simultaneously the product value and brand identity variables together have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: product value, brand identity, purchasing decisions