

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection di Semarang)

Nadya Risma Pratiwi
16.05.51.0202

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu menunjukkan tentang pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada pelanggan toko hijab nadya collection di semarang. toko hijab nadya setiap bulan mengalami naik turun pada penjualan, Merek yang paling meningkat pesat ialah produk merek pasmina sabiyah dan paling menurun ialah produk merek segiempat saudia. Semua ini bisa dilihat dengan cara metode pengambilan sample, sampel penyebaran kuesioner 100 responden. Setelah itu melakukan penyebaran kuesioner secara langsung dengan pelanggan toko hijab nadya collection di semarang. penyebaran kuesioner ada beberapa kriteria, yaitu : pelanggan Toko Hijab Nadya Collection di Semarang dan Pelanggan yang sudah berusia mencapai 17 tahun karena sudah nilai sudah bisa mengambil keputusan sendiri. Setelah data kuesioner tersebut dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 23. Rumus untuk mengolah data antara lain melalui : Yuji validitas, Yuji reliabilitas, koefisiensi determinasi (R²), Yuji F, Analisis regresi linier berganda, Uji t. Hasil penelitian ini variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel citra merek berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT
EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE
PERCEPTION OF PURCHASE DECISIONS
(Study of Nadya Collection Hijab Store Customers in Semarang)

Nadya Risma Pratiwi
16.05.51.0202

This study has the aim of showing the effect of product quality, brand image and price perception on purchasing decisions on customers of Hijab nadya collection stores in Semarang. hijab nadya store every month has ups and downs in sales, the most rapidly increasing brand is pasmina sabiyah brand products and the most declining is quadrilateral brand product brands. All this can be seen by the method of sampling, sample distribution of questionnaires to 100 respondents. After that, distributing questionnaires directly with customers of the Hijab Nadya collection store in Semarang. the distribution of questionnaires there are several criteria, namely: customers of the Hijab Nadya Collection Store in Semarang and customers who have reached the age of 17 because the value is already able to make their own decisions. After the questionnaire data were analyzed using SPSS version 23. Formulas for processing data include through: Yuji validity, Yuji reliability, coefficient of determination (R²), Yuji F, AA Multiple linear regression analysis, Uji t. The results of this study product quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image variables have a positive but not significant effect on purchasing decisions, the price perception variable has a positive and significant effect on purchasing decisions

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price Perception and Purchase Decision