

ABSTRAK

Perubahan dalam dunia yang semakin cepat mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan yang terjadi, pokok masalah yang dihadapi perusahaan – perusahaan saat ini adalah bagaimana cara perusahaan menarik pelanggan untuk datang melihat dan membeli agar perusahaan itu terus berkembang. Tujuan itu akan tercapai jika suatu perusahaan mau melakukan pemasaran dengan mengikuti bazar UMKM atau mengikuti lomba, agar produk yang di tawarkan padat dikenal dan dapat menarik minat beli seorang konsumen. Untuk mendapatkan konsumen yang mau untuk melakukan pembelian maka para pengusaha haruslah menyusun rencana strategi, diantaranya dengan meningkatkan kualitas produk, memperhatikan harga produk dan juga memberikan citra merek yang baik agar konsumen merasa percaya akan produk yang akan dibeli.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian batik pada butik Numansa Batik Kediri. Teknik yang digunakan adalah probability sampling dan jumlah sampel yang diperoleh adalah 40 responden. Alat analisis data menggunakan SPSS Versi 22. Hasil analisis terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik pada butik Numansa Batik, dimana t hitung 3.787 dengan nilai signifikan t $0,001 < 0,05$ yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada butik Numansa Batik dimana F hitung 11.661 dengan nilai signifikan F $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian Butik Numansa Batik berusaha untuk meningkatkan harga dan juga memberikan kualitas pelayanan yang sesuai serta meningkatkan kualitas produk Butik Numansa Batik

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