

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE DJOEDES CABANG BENCE KOTA KEDIRI

ARIS WIDIANTO

arise_ae@yahoo.co.id

Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kediri

Dosen Pembimbing : Prof Dr. Ir. Igg Heru Marwanto, MM
Prof Dr. Djunaidi, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan brand image terhadap keputusan Pembelian Mie Djoedes Cabang Bence Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena data penelitiannya berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik serta telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu kongkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli langsung di Mie Djoedes Cabang Bence Kota Kediri. Sedangkan sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 150 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan Angket (kuesioner) dan dokumentasi. Sedangkan metode analisis data dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, asumsi regresi linier berganda dengan pendekatan konfirmatory, dan analisis regresi linier berganda dengan pendekatan konfirmatory. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: (1) Kualitas produk berpengaruh dengan arah positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Mie Djoedes Cabang Bence Kota Kediri. (2) Kualitas pelayanan berpengaruh dengan arah positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Mie Djoedes Cabang Bence Kota Kediri. (3) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Mie Djoedes Cabang Bence Kota Kediri. (4) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Mie Djoedes Cabang Bence Kota Kediri.

Kata kunci: Kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, *brand image*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICE, AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS AT MIE DJOEDES BENCE BRANCH, KEDIRI CITY

ARIS WIDIANTO

arise_ae@yahoo.co.id

Faculty of Economics & Business Kediri University

Advisor : Prof Dr. Ir. Igg Heru Marwanto, MM
Prof Dr. Djunaidi, MM

This study aimed to determine the influence of product quality, service quality, price, and brand image on purchasing decisions at Mie Djoedes Bence Branch, Kediri City. This quantitative research employed numerical data, which was analyzed using statistical methods to ensure scientific rigor. The population of this study comprised all consumers who made direct purchases at Mie Djoedes Bence Branch, Kediri City. A sample of 150 respondents was selected using non-probability sampling. Data was collected through questionnaires and documentation. Data analysis involved validity and reliability tests, multiple linear regression analysis with a confirmatory approach. The findings revealed that: (1) Product quality had a positive and significant impact on purchasing decisions at Mie Djoedes Bence Branch, Kediri City. (2) Service quality also had a positive and significant influence on purchasing decisions. (3) Contrary to expectations, price did not significantly affect purchasing decisions at the branch. (4) Brand image exerted a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: product quality, service quality, price, brand image, purchasing decision