UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEMEN PADANG DI KELURAHAN TUAH KARYA KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU

VIVI ANGGUN LESTARI
11471204493

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian produk Semen Padang Di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden yang pernah menggunakan produk Semen Padang. Motode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan analisis linear berganda. Dari hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda Y = -1,696 + 0,406X1 + 0,438X2 + 0,544X3 + e

Berdasarkan uji parsial bahwa harga, kualitas produk dan brand image memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Semen Padang. Dan berdasarkan uji simultan bahwa harga, kualitas produk dan brand imageberpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Padang Di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Selanjutnya pengaruh variable independen (harga, kualitas produk dan brand image) terhadap variable dependen (keputusan pembelian) adalah sebesar 55%. Harga diketahui t_{hitung} (4,133) > t_{tabel} 1,984 dan signifikan (0,000) < 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variabel harga terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk diketahui t_{hitung} (3.094) > t_{tabel} 1,984 dan signifikan (0,003) < 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Brand Image diketahui t_{hitung} (3,986) >t_{tabel} 1,984 dan signifikan (0,000) < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Brand Image terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian maka diketahui bahwa f_{hitung} (38,552) > F_{tabel} (2,70) dengan signifikan profitabilitas sebesar (0,000) < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga, kualitas produk dan brand image memiliki pengaruh secara simultan (bersama sama) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Semen Padang Di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk , *Brand Image* Dan Keputusan Pembelian