

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK SERTA
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
IMBOOST FORCE PADA APOTEK KPN MUDA USADA KABUPATEN
KARANGASEM**

Oleh

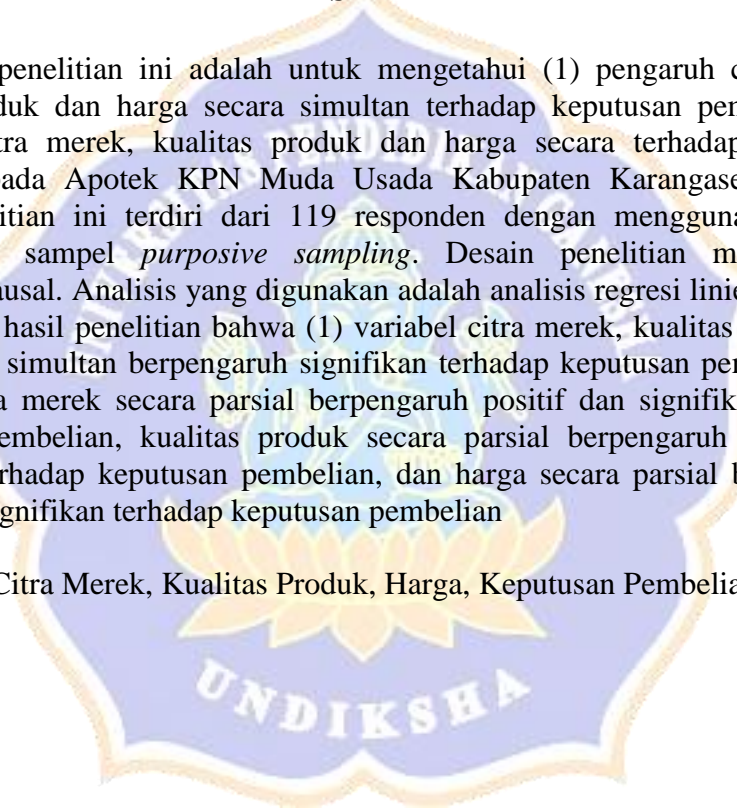
I Gusti Agung Ayu Intan Permata Sari, NIM 1717041057

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian, (2) pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga secara terhadap keputusan pembelian pada Apotek KPN Muda Usada Kabupaten Karangasem. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 119 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Desain penelitian menggunakan kuantitatif kausal. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian bahwa (1) variabel citra merek, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) variabel citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.



**THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY AND PRICE
ON IMBOOST FORCE CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT KPN
MUDA USADA PHARMACY, KARANGASEM REGENCY**

By

I Gusti Agung Ayu Intan Permata Sari, NIM 1717041057

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine (1) the effect of brand image, product quality and price simultaneously on purchasing decisions, (2) the influence of brand image, product quality and price on purchasing decisions at the KPN Muda Usada Pharmacy, Karangasem Regency. The sample in this study consisted of 119 respondents using purposive sampling technique. The research design uses causal quantitative. The analysis used is multiple linear regression analysis. Based on the results of the study that (1) the variables of brand image, product quality and price simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. (2) the brand image variable partially has a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality partially has a positive and significant effect on purchasing decisions, and price partially has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keyword: Brand Image, Product Quality, Price, Purchase Decision.

