

ABSTRAK

Adhilla Diesta Ayu Ardyana. 2026. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Golan di Kabupaten Ponorogo (Studi Kasus pada UMKM Tunggal Cara Beda Rasa). Pembimbing (I) Dian Citaningtyas Ari Kadi S.E., M.M Pembimbing (II) Hendra Setiawan S.E., M.M

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah citra merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen UMKM Tunggal Cara Beda Rasa di Kabupaten Ponorogo secara parsial. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Gethuk Golan Tunggal Cara Beda Rasa. Sampel penelitian berjumlah 384 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan teknik purposive sampling. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan menggunakan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tunggal Cara Beda Rasa, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tunggal Cara Beda Rasa, serta harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tunggal Cara Beda Rasa dan merupakan variabel dengan pengaruh paling kuat. Ketiga variabel bebas tersebut mampu menjelaskan variasi keputusan pembelian sebesar 13,3% (R Square), sedangkan 86,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

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

ABSTRACT

Adhilla Diesta Ayu Ardyana. 2026. The Effect of Brand Image, Product Quality, and Price on the Purchase Decision of Gethuk Golan in Ponorogo Regency (A Case Study on the UMKM Tunggal Cara Beda Rasa). Advisor (I) Dian Citaningyas Ari Kadi S.E., M.M Advisor (II) Hendra Setiawan S.E., M.M

The purpose of this study was to determine whether brand image, product quality, and price partially affect purchase decisions among consumers of the UMKM Tunggal Cara Beda Rasa in Ponorogo Regency. This research was conducted on consumers who had purchased Gethuk Golan products from Tunggal Cara Beda Rasa. The research sample consisted of 384 respondents, determined using the Lemeshow formula with a purposive sampling technique. The research method used was a quantitative approach employing multiple linear regression analysis with the assistance of the SPSS program.

The results of this study indicate that brand image has a positive and significant effect on the purchase decision of Tunggal Cara Beda Rasa, product quality has a positive and significant effect on the purchase decision of Tunggal Cara Beda Rasa, and price has a positive and significant effect on the purchase decision of Tunggal Cara Beda Rasa and is the variable with the strongest influence. These three independent variables are able to explain 13.3% of the variation in purchase decisions (R Square), while the remaining 86.7% is influenced by other factors outside this study.

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