

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **YUSANDA, NIM: 1513060013**. Dengan judul **“Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Di Kecamatan Lembah Melintang Kabupaten Pasaman Barat**. Program Studi Ekonomi Syari’ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

Keputusan pembelian merupakan beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. Apabila kualitas yang didapatkan oleh konsumen sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas namun apabila tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa kecewa. Begitu besar pengaruh keputusan pembelian bagi sebuah perusahaan, sehingga untuk mencapai keputusan pembelian ada beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu harga, citra merek dan kualitas produk. Dalam hal ini peneliti ingin melihat bagaimana pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro di Kecamatan Lembah Melintang Kabupaten Pasaman Barat.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan dokumentasi dengan sampel 100 responden konsumen Teh Botol Sosro. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Analisis data meliputi uji validasi, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis melalui uji t, uji F serta analisis koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari hasil uji t dimana $t_{hitung} = 0,898 < t_{tabel} = 1,90$, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari hasil uji t dimana $t_{hitung} = 5,024 > t_{tabel} = 1,660$, dan kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari hasil uji t dimana $t_{hitung} = 0,184 < t_{tabel} = 1,660$. Kemudian hasil uji f diketahui bahwa variabel harga, citra merek, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian hal ini dapat dilihat dari hasil $f_{hitung} = 8,515 > f_{tabel} = 3,09$. Kemudian analisis koefisien determinasi variabel harga, citra merek, dan kualitas produk memiliki kontribusi secara bersama-sama sebesar 2,1% terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro sedangkan sisanya 97,9%.

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