

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT BUANA RANTAI BERKAT ABADI**

Nurmaidah Ginting, S.E., M.Si. , Veronica, Dessy Haryanti, Falvian Wantara,  
Gilbert Stephenson, Paulus Rianto  
Program Studi S1 Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Tujuan penelitian adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan merek terhadap keputusan pembelian pada PT. Buana Rantai Berkat Abadi. Peneliti melakukan penelitian pada PT. Buana Rantai Berkat Abadi yang beralamat di Jalan Sutomo no. 169A Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif *eksplanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Buana Rantai Berkat Abadi adalah sebanyak 133 pelanggan. Untuk pengujian validitas dan reliabilitas digunakan oleh peneliti adalah sebanyak 30 pelanggan dan untuk uji sampel sebanyak 100 pelanggan. Sebelum model regresi yang diperoleh digunakan untuk menguji hipotesis, terlebih dahulu model tersebut diuji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Model analisis data ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil Penelitian sekaligus menjadi kesimpulan penelitian adalah Kualitas Produk sebesar 3,939 dengan nilai signifikan 0,000 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Buana Rantai Berkat Abadi. Harga sebesar 1,054 dengan nilai signifikan 0,295 secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Buana Rantai Berkat Abadi. Merek sebesar 2,407 dengan nilai signifikan 0,018 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Kualitas Produk sebesar 3,939 dengan nilai signifikan 0,000 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Buana Rantai Berkat Abadi. Kualitas Produk, Merek dan Harga sebesar 13,526 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Buana Rantai Berkat Abadi.

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