

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI TOMORO COFFEE PADA MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN MAIMUN

Stevani, Jesslyn Tanie

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kopi Tomoro Coffee. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Medan Maimun yang pernah mencicipi kopi di Tomoro Coffee, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin* dan didapatkan hasil sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi Tomoro Coffee, citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi Tomoro Coffee dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi Tomoro Coffee. Secara simultan, kualitas produk, citra merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi Tomoro Coffee. Keputusan pembelian kopi Tomoro Coffee yang dipengaruhi oleh kualitas produk, citra merek dan harga sebesar 41,5% sedangkan sebesar 58,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

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

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of product quality, brand image and price on the purchase decision of Tomoro Coffee. The research method used in this study is a quantitative research method. The population in this study consists of the residents of Medan Maimun District who have tasted coffee at Tomoro Coffee, with an unknown exact population size. The sampling technique used is non-probability sampling. The sample size was determined using Slovin's formula, resulting in a total of 100 respondents. The data analysis method applied in this study is multiple linear regression analysis. The results of the study show that, partially, product quality affects the purchase decision of Tomoro Coffee, brand image affects the purchase decision of Tomoro Coffee and price affects the purchase decision of Tomoro Coffee. Simultaneously, product quality, brand image, and price influence the purchase decision of Tomoro Coffee. The purchase decision of Tomoro Coffee is influenced by product quality, brand image, and price by 41.5%, while the remaining 58.5% is influenced by other variables not examined in this study.

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