

ABSTRAK

PENGARUH PERSAINGAN HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN UNTUK MEMBELI PRODUK SABUN WANGSA PADA PT TANIMAS SOAP INDUSTRIES MEDAN

Rahul Rao, Kevin, Irwanto

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Penelitian ini dilakukan di PT Tanimas Soap Industries. Pada perusahaan ini mengalami penurunan kepuasan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan yang diakibatkan oleh kalah bersaing dalam harga sabun wangsa, citra merek yang belum baik dan penurunan kualitas produk sabun wangsa. Tujuan penelitian untuk menguji pengaruh persaingan harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pelanggan untuk membeli produk sabun wangsa pada PT Tani Soap Industries. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 214 pelanggan dan sampel berjumlah 139 pelanggan. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,978 > 1,978$ dan signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,109 > 1,978$ dan signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,429 > 1,978$ dan signifikan yang diperoleh $0,001 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} (28,940) > F_{tabel} (2,67)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan dan simultan persaingan harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pelanggan untuk membeli produk sabun wangsa pada PT Tanimas Soap Industries. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,372 hal ini berarti 37,8% dari variasi variabel terikat yaitu keputusan pembelian dari variasi harga, citra merek dan kualitas produk sedangkan sisanya sebesar 62,2% dijelaskan oleh variabel lain seperti pelayanan, strategi pemasaran, *brand awareness* dan sebagainya.

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