

## **Peranan Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Taiwan Tea House di Semarang**

**KEVIN KATERINO**

(Pembimbing : Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, MBA, Ph.D)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202754@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Perkembangan bisnis di era Abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Dalam era globalisasi ini, jumlah merek dan produk yang bersaing dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih sesuai yang konsumen inginkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis peranan kualitas produk, harga, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Taiwan tea house. Populasi yang dibutuhkan dari penelitian ini adalah pembeli minuman berupa bubble tea pada Taiwan tea house. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling pada 100 responden dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisa data menggunakan bantuan aplikasi spss versi 20.0.

Teknik pengujian yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan uji validitas dengan korelasi antar skor uji realibilitas dengan skor cronbach alpha. Kemudian uji asumsi klasik serta analisis regresi linier berganda, untuk menguji dan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa semua variable independen yakni kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kecuali variabel promosi memiliki nilai positif namun tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

## **The Role of Product Quality, Price, Brand Image and Promotion on Purchasing Decision of Taiwan Tea House in Semarang**

**KEVIN KATERINO**

(Lecturer : Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, MBA, Ph.D)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &*

*Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202754@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

The business development in era 21st Century has grown rapidly and undergo continuous metamorphosis. In this era of globalization, the number of brands and products that compete in the market become a lot of so consumers have variety research options and alternative products and services that can satisfy their needs and has the right to vote in accordance consumers want. This research aims to examine and analyze the role of product quality, price, brand image and promotion on purchasing decisions of Taiwan tea house. The population of this research is consumer bubble tea in Taiwan tea house. The method used in sampling is purposive sampling on 100 respondents using questionnair. Technique data analysis using SPSS version 20.0.

Technique tests performed in this research using the test validity of correlation among the scores of reliability test and score's of Cronbach alpha. Then classical assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove the have research hypothesis. The result of research conducted shows that all independent variables such as product quality, price and brand image positive and significant influence on purchasing decision. Except promotion variable has positive value, but has no influence and no significant on purchasing decisions.

**Keyword** : Product Quality, Price, Brand Image, Promotion and Purchasing Decision