

**Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Kesadaran Merek  
terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Pasha di UMKM Center  
Semarang**

**SEKAR MUTHIA KARIMA**

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

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201302960@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Perubahan dalam dunia usaha yang semakin cepat mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan yang terjadi, pokok masalah yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang, tujuan tersebut akan tercapai jika perusahaan melakukan proses pemasaran. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional, juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Untuk mendapatkan konsumen yang melakukan pembelian maka para perusahaan UMKM harus menyusun strategi yang lebih baik, diantaranya adalah meningkatkan harga, kualitas produk, citra merek serta kesadaran merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, citra merek dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian pada Batik Pasha di UMKM Center Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan jumlah sampel yang diperoleh adalah 100 responden. Alat analisa data menggunakan program SPSS versi 20. Hasil analisis dari penelitian ini adalah : harga, kualitas produk, citra merek dan kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : harga, kualitas produk, citra merek, kesadaran merek, keputusan pembelian

**The Influence of Price, Product Quality, Brand Image and Brand Awareness on Purchasing Decision in Batik Pasha at UMKM Center Semarang**

**SEKAR MUTHIA KARIMA**

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

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201302960@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

The fast changes of the business world requires the company to respond to changer that occur, the main problem that the companies face today is about how the company can attracts and sustain their customers so the company can survive and develop, the purpose will be achieved if the company join the marketing process. Small and Medium Enterprises (SME's) play an important role in national economic development, also play a role in the distribution of development outcomes. To get costumer who make purchases, SME's should develop a better strategy, such as increase product price, product quality, brand image and brand awareness. This study aims to analyze the influence of price, product quality, brand image and brand awareness on purchasing decisions in Batik Pasha at UMKM Center Semarang. Sampling technique using purposive sampling technique and the number of samples obtained are 100 respondent. Data analysis tools using SPSS program version 20. The results analysis of this study are: price, product quality, brand image and brand awareness have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keyword : price, product quality, brand image, brand awareness, purchasing decision