

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE, AND PRODUCT QUALITY
ON THE PURCHASE DECISION OF KOPIKO 78°C IN PT. TIRTA FRESINDO JAYA
PLANT CIHERANG***

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPIKO 78°C PADA PT. TIRTA FRESINDO JAYA
PLANT CIHERANG**

ABSTRACT

The intense competition in companies engaged in the packaged coffee beverage sector encourages companies to have reliable strategies in order to be able to increase business growth and win marketshare.

This study aims to analyze the effect of brand image, price and product quality on purchasing decisions of packaged beverage products Kopiko 78°C at PT. Tirta Fresindo Jaya Plant Ciherang. The subject of this research is the consumer PT. Tirta Fresindo Jaya Plant Ciherang as many as 100 consumers were used as samples. The form of this research is descriptive and verification. The data collection procedure in this study used a literature study and field studies (questionnaires and interviews). The instrument testing method uses validity and reliability tests. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, analysis of the coefficient of determination and significance test simultaneously and partially.

The results showed that the brand image, price and product quality were in good category. Partially and simultaneously brand image, price and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions.

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

ABSTRAK

Ketatnya persaingan perusahaan yang bergerak di bidang industri minuman kopi dalam kemasan mendorong perusahaan untuk memiliki strategi yang andal agar mampu meningkatkan pertumbuhan usaha dan memenangkan pangsa pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman kemasan Kopiko 78°C Pada PT. Tirta Fresindo Jaya Plant Ciherang. Subjek dari penelitian ini adalah konsumen PT. Tirta Fresindo Jaya Plant Ciherang sebanyak 100 konsumen yang dijadikan sampel. Bentuk penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dan studi lapangan (kuesioner dan wawancara). Metode pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji signifikansi secara simultan dan parsial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, harga dan kualitas produk dengan kategori baik. Secara parsial dan simultan citra merek, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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