

ABSTRAK

Nama : Cut Nurul Azman
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Segi Empat Bella Square Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Hijab Segi Empat Bella Square Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis universitas malikussaleh yang pernah menggunakan dan melakukan pembelian pada hijab segi empat bella square. Pada penelitian ini data yang digunakan merupakan data primer yang didapat dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan merupakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan jika citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab segi empat bella square, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hijab segi empat bella square, dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab segi empat bella square. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah para produksi hijab bella square perlu meningkatkan citra merek, kualitas produk dan harga untuk meningkatkan penjualan.

Kata kunci : citra merek, kualitas produk, harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

Name : Cut Nurul Azman
Study Program : Management
Title : The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions of Bella Square Hijab on Female Students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University

This study aims to determine the influence of brand image, product quality, and price on purchase decisions for Bella Square Hijab among students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. The research method used in this study is quantitative. The instruments in this study include validity tests, reliability tests, and classical assumption tests, namely normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests. This study was conducted on female students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University, who had used and made purchases of the Bella Square Hijab. The primary data were obtained by distributing questionnaires via Google Forms to 100 respondents. The data analysis technique employed was multiple linear regression analysis with the help of SPSS. The results indicate that brand image does not significantly affect purchase decisions for Bella Square Hijab. Product quality significantly affects purchase decisions for Bella Square Hijab, and price does not have a significant effect on purchase decisions for Bella Square Hijab. The practical implication of this study is that Bella Square Hijab producers need to improve their brand image, product quality, and price to increase sales.

Keywords: *brand image, product quality, price, purchase decisions.*