# ABSTRAK

Farhan Azhar / 28189085 / 2019 / Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading / Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Di Indonesia perkembangan kuliner semakin pesat, ini terbukti dari berbagai usaha kuliner yang banyak dijalankan dan diminati oleh masyarakat Indonesia. Makanan – makanan yang tersedia di pasaran saat ini memang sudah beragam serta harga yang ditawarkan relatif mahal salah satu makanan yang cukup sederhana adalah donat. Ditengah ketatnya persaingan, perusahaan donat melakukan inovasi dengan membuat produk – produk baru, tujuannya agar pelanggan tidak bosan dengan rasa dan bentuk donat yang sudah ada. Saat ini muncul berbagai gerai donat untuk melakukan persaingan ditanah air salah satunya J.CO Donuts and Coffee. Kondisi semacam ini mencerminkan suatu fenomena yang terjadi bahwa masyarakat menjadi semakin kritis di dalam memilih suatu tempat untuk membeli makanan dan minuman premium.

Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori kualitas produk, harga, citra merek dan keputusan pembelian. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan citra merek sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Objek penelitian ini adalah J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading. Penarikan sampel dilakukan dengan cara *non probability* sampling dengan teknik *judgement sampling*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda. Data pada penelitian ini diolah menggunakan SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen, harga terhadap keputusan pembelian konsumen dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada J.CO Donuts and Coffee di Mall Kelapa Gading. Peneliti menyarankan agar perusahaan dapat menerima masukan terkait keputusan pembelian yang dilihat berdasarkan kualitas produk, harga dan citra merek sehingga mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada J.CO Donuts and Coffee, serta dapat mempertahankan dan senantiasa memelihara kulitas produk, harga dan citra merek yang dimilikinya.

**Kata Kunci : Kualitas Produk; Harga; Citra Merek; Keputusan Pembelian**