

ABSTRACT

CELINE KINATA

03013180125

THE INFLUENCE OF BRAND REPUTATION AND PRICE TOWARD CUSTOMER PURCHASE DECISION AT BLUE DIAMOND CAFÉ, PEMATANG SIANTAR CITY

(xvi + 95 pages; 6 figures; 55 tables; 8 Appendixes)

The rapid growth of the cafe industry encourages increased competition among businessmen, which encourages customers to be more selective when purchasing something. The author's interest in doing this thesis is because there are bad reviews about brand reputation and prices at Cafe Blue Diamond Pematang Siantar City on google, so the author decides to do this research with the purpose to determine the influence of brand reputation and price on purchasing decisions at Cafe Blue Diamond Pematang Siantar City.

The sample selection was done using the purposive sampling technique with a total sample of 96 respondents Data obtained in this study were analyzed using linear regression analysis multiple with the SPSS 25 program.

Based on the results of multiple linear regression analysis, the equation $Y = 15.118 + 0.589X_1 + 0.021X_2 + \epsilon$ and the results show that brand reputation and price have a significant influence on purchasing decisions.

The t-test result indicates that brand reputation and price variable partially positive and significant influence on customer purchase decision, where t count of brand reputation = 3.481 > t table 1.9855 and t count of brand reputation = 5.241 > t table 1.9855. The result of the F indicates that Brand reputation and price simultaneously have a positive and significant influence on customer purchase decision, where the F count is 60.884 which is more than F table 3.093.

Based on the results of the analysis, the writer suggests hiring talented people, creating unforgettable first impressions, investing in technology, bundling several menus, creating membership loyalty, discovering new markets, and finding new dishes.

Keywords: Brand Reputation, Price, Purchase Decision

References: 57 (2018-2022)

ABSTRAK

CELINE KINATA

03013180125

PENGARUH REPUTASI BRAND DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN DI KAFE BLUE DIAMOND, KOTA PEMATANG SIANTAR

(xvi + 95 halaman; 6 gambar; 55 tabel; 8 lampiran)

Pesatnya pertumbuhan industri kafe mendorong meningkatnya persaingan antar pengusaha, yang mendorong pelanggan untuk lebih selektif dalam membeli sesuatu. Ketertarikan penulis untuk melakukan skripsi ini karena adanya review yang buruk tentang reputasi merek dan harga di Cafe Blue Diamond Pematang Pematang Siantar City di google, sehingga penulis memutuskan untuk melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi merek dan harga pada keputusan pembelian di Cafe Blue Diamond Pematang Siantar City.

Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel 96 responden. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 25.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = 15.118 + 0.589X_1 + 0.021X_2 + \varepsilon$ dan diperoleh hasil bahwa reputasi merek dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel reputasi merek dan harga berpengaruh secara parsial positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana t hitung reputasi merek = 3,481 > t tabel 1,9855 dan t hitung harga = 5,241 > t tabel 1,9855. Hasil uji F menunjukkan bahwa Reputasi merek dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, F hitung sebesar 60,884 lebih besar dari F tabel 3,093.

Berdasarkan hasil analisis, penulis menyarankan untuk merekrut orang-orang berbakat, menciptakan kesan pertama yang tak terlupakan, berinvestasi dalam teknologi, menggabungkan beberapa menu, menciptakan loyalitas keanggotaan, menemukan pasar baru, dan menemukan hidangan baru.

Kata Kunci: Reputasi Merek, Harga, Keputusan Pembelian
Referensi: 57 (2018-2022)