

ABSTRAK

Zaini Ikhsan, NIM: 7183510020. “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk NPK Mutiara Pada Kelompok Tani Di Desa Ujung Gading Kecamatan Lembah Melintang Kabupaten Pasaman Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk NPK Mutiara pada Kelompok Tani di desa Ujung Gading Kecamatan Lembah Melintang Kabupaten Pasaman Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *simpel random sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 99 orang yang merupakan anggota kelompok tani di desa Ujung Gading. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner yang pengukuran dengan skala ordinal dan diolah secara statistik menggunakan analisis regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis dengan uji t, uji f dan uji koefisien determinasi (R^2) yang sebelumnya data telah diuji menggunakan program SPSS statistik 20.

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,800 > 1,98498$ t_{tabel} dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,962 > 1,98498$ t_{tabel} dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini terlihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ $32,640 > 3,09$ dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,405 yang berarti bahwa pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sebesar 40,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Zaini Ikhsan, NIM: 7183510020. "The Effect of Brand Image and Price on the Purchase Decision of Mutiara NPK Fertilizer in Farmer Groups in Ujung Gading Village, Lembah Melintang District, West Pasaman Regency.

*This study aims to determine the effect of brand image and price on purchasing decisions of NPK Mutiara fertilizer in farmer groups in Ujung Gading village, Lembah Melintang district, West Pasaman regency. This study used a quantitative method with a simple random sampling technique, with a total sample of 99 people who were members of a farmer group in Ujung Gading village. The data collection technique was by distributing questionnaires with measurements on an ordinal scale and statistically processed using multiple linear regression analysis with hypothesis testing using the *t* test, *f* test and coefficient of determination test (*R*²) previously the data had been tested using the statistical SPSS 20 program.*

*Based on partial hypothesis testing, there is a positive and significant influence between Brand Image and Purchase Decision with a *t*count of 4.800 > 1.98498 *t*table and a significance value of 0.000 < 0.05. Price also has a positive and significant effect on purchasing decisions with a *t*count of 2.962 > 1.98498 *t*table and a significance value of 0.004 < 0.05. Furthermore, based on the results of the study, it shows that the Brand Image and Price variables simultaneously have a positive and significant effect on Purchase Decisions, this can be seen from the *F*count > *F*table 32.640 > 3.09 and the significance value is 0.000 < 0.05. The coefficient of determination test shows a value of 0.405 which means that the effect of brand image and price on purchasing decisions is 40.5% while the rest is influenced by other variables outside this study.*

Keywords: Brand Image, Price, Purchase Decision