

## ABSTRAK

**Riki Falentino Sinaga, NIM. 7123210057. Pengaruh Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pakaian impor *second branded* di pasar sambu. Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Tahun 2016.**

Keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk dipengaruhi oleh beberapa faktor. Diantaranya adalah merek dan harga yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh merek dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian impor *second branded* di pasar sambu. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang berbelanja ke pasar sambu dengan jumlah 3500 setiap minggu, dan sampel penelitian ini berjumlah 97 orang yang diperoleh dengan menggunakan teknik pengambilan data *purposive sampling*. Data diuji terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas serta uji asumsi klasik. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis uji t, uji f dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang menggunakan uji statistik, diperoleh model regresi hasil penelitian yaitu  $Y = 10,951 + 0,932 x_1 + 0,115 x_2 + e$  yang mengartikan bahwa keputusan pembelian akan tetap sebesar 10.951 walaupun kedua variabel X tidak ada. Selanjutnya nilai koefisien determinasi ( $R_2$ ) sebesar 0.417 yang berarti bahwa merek dan harga secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 41.7% dan sisanya 58.3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Untuk menguji hipotesis secara keseluruhan, digunakan uji F dan diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 4.227 sedangkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3.09. Uji T pada taraf signifikan 95% dan  $\alpha = 0.05$  diperoleh nilai  $T_{tabel}$  sebesar 1.661, dan  $T_{hitung}$  untuk  $X_1 = 7.979$  dan  $X_2 = 1.865$ . Maka kedua variabel X tersebut berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan ketentuan  $T_{hitung} > T_{tabel}$ .

Sehingga berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara merek dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian impor *second branded* di pasar sambu.

Kata Kunci : merek, harga, keputusan pembelian.

## ABSTRACT

**Riki Valentino Sinaga, NIM. 7123210057. Brand and Price Influence Buying Decision Against branded apparel in the market of imported second Sambu. Script Department of Management, Faculty of Economics, University of Medan, 2016.**

Consumer purchasing decisions of a product is influenced by several factors. Among them are the brands and prices affect consumers' decision to purchase an item. This study aimed to determine the effect of brand and price on purchase decisions in the branded apparel market of imported second Sambu. The population in this study is consumers who come to the shop with the number 3500 Sambu market every week, and samples of this research were 97 people who obtained using purposive sampling data collection techniques. Data were tested beforehand using validity, reliability test and classical assumption. The analysis technique used in this study using multiple linear regression analysis model and hypothesis testing t-test, f and the coefficient of determination.

Based on the results of data processing using statistical test, the results obtained regression model is  $Y = 10.951 + 0.932 x_1 + 0.115 x_2 + e$  which means that purchasing decisions will remain at 10 951 although both variable X does not exist. Furthermore, the coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.417, which means that the brand and price simultaneously influence purchasing decisions by 41.7% and the remaining 58.3% is influenced by other factors not included in this study. To test the overall hypothesis, F test and obtained  $F_{hitung}$  4227 while the value of  $F_{tabel}$  at 3:09. T test at significant level of 95% and  $\alpha = 0:05$   $T_{tabel}$  values obtained for 1661, and  $T_{hitung}$  for  $X_1$  and  $X_2 = 7979 = 1865$ . Then both the X variable positive and significant effect partially on purchasing decisions with the provisions  $T_{hitung} > T_{tabel}$ .

So based on the results of this study concluded that the hypothesis is accepted, which means that there is a positive and significant influence between the brand and the price on purchase decisions in the branded apparel market of imported second Sambu.

Keywords: brand, price, purchase decision.