

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek (brand image), dan harga terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Tea Break di Lumajang. Penelitian ini melibatkan 80 responden yang merupakan pelanggan Tea Break Lumajang sebagai sampel, dengan menggunakan data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode accidental sampling. Analisis data dilakukan secara kuantitatif melalui uji validitas dan reliabilitas, regresi linier berganda, serta pengujian asumsi klasik yang mencakup normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, disertai uji t dan koefisien determinasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Tea Break di Lumajang, 2) Citra merek juga berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dan 3) Harga turut memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Tea Break di wilayah tersebut.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Brand Image*, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of product quality, brand image, and price on consumers' purchasing decisions for Tea Break in Lumajang. A total of 80 respondents, who are customers of Tea Break Lumajang, were selected as the research sample. Primary data were collected using a non-probability sampling method, specifically through accidental sampling. The study employed quantitative analysis techniques, including validity and reliability tests, multiple linear regression analysis, classical assumption tests (normality, multicollinearity, and heteroscedasticity), t-test, and coefficient of determination (R^2). The findings reveal that: 1) Product quality significantly and positively affects purchasing decisions at Tea Break Lumajang, 2) Brand image also has a significant positive impact on purchasing decisions, and 3) Price exerts a significant positive influence on consumers' purchasing decisions at Tea Break Lumajang.

Keywords : Product Quality, Brand Image, Price, Purchasing Decisi