

ABSTRACT

This research is motivated by business rivalry condition of telecommunications industry from time to time are getting tight, so the company must create a new marketing strategy to maintain and gain market share higher also by creating and encouraging product innovation based on community needs and current market developments. The purpose of this research is to investigate the influence of product quality and price affect to the purchasing decision. In this study refers to the community in Muhammadiyah University of Jogjakarta.

*In this study, data were collected through questionnaires to 100 respondents Nokia product users in the Muhammadiyah University of Jogjakarta by **purposive sampling** method who use and buy Nokia Mobile phone. Questionnaire method is used to determine the response of respondents to each variable. Then analyze the data include validity test, reliability test hypothesis testing via the *F* test and *t* test and also the coefficient of determination (*R*²). Data analysis techniques used were linear regression analysis.*

Results of analysis states that quality product has positive influence on purchase decision, this means quality product and price are factor that encourages consumers to buy Nokia Mobile Phone, because if the quality product according to the dimensions of quality productc and the strategy of price is good . then it have a positive influence to purchasing decision.

Keywords: Buying Decision, Brand Image and Product Quality.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan bisnis industri komunikasi dari waktu ke waktu semakin ketat, sehingga perusahaan harus membuat strategi pemasaran baru untuk mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih tinggi, juga dengan menciptakan dan mendorong inovasi produk berdasarkan kebutuhan masyarakat dan perkembangan pasar saat ini . Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian . Dalam penelitian ini mengacu pada masyarakat di Universitas Muhammadiyah Jogjakarta .

Dalam penelitian ini , data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden pengguna produk Nokia di Universitas Muhammadiyah Jogjakarta dengan metode purposive sampling yang menggunakan dan membeli ponsel Nokia Mobile. Metode angket digunakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel . Kemudian menganalisis data meliputi uji validitas , uji reliabilitas pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F serta koefisien determinasi (R^2) . Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier .

Hasil analisis menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian , ini berarti kualitas produk dan harga merupakan faktor yang mendorong konsumen untuk membeli telepon seluler Nokia , karena jika produk yang berkualitas sesuai dengan dimensi kualitas produk dan strategi harga yang baik . maka akan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian .

Kata kunci : Keputusan Pembelian , Brand Image dan Kualitas Produk .