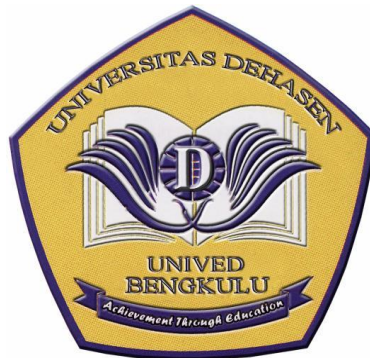


**PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
KOMUNITAS VAPE HEXOHM BENGKULU**



**SKRIPSI**

**OLEH**

**HAFIZ AGUNG RASUMA**  
**NPM. 19040018**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DEHASEN  
BENGKULU  
2022**

# **THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS IN HEXOHM VAPE COMMUNITY BENGKULU**

By

Hafiz Agung Rasuma<sup>1</sup>  
Ida Ayu Made E.G<sup>2</sup> and M.Rahman Febliansa<sup>3</sup>

## **ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the effect of price, brand image and product quality on purchasing decisions in the Bengkulu Hexohm vape community. This research is quantitative descriptive. The method used is a questionnaire method. The sample of this study was 100 respondents in the Bengkulu Hexohm vape community.

The results of multiple linear regression show that  $Y = 21.251 + 0.672 (X1) + 0.174 (X2) + 0.450 (X3) + 9.735$ , that the regression coefficient is positive, meaning that there is a positive or unidirectional relationship between price, brand image and product quality on the Vape Community Hexohm Bengkulu. The results of the price test (X1) show  $t_{count} 3,007 > t_{table} 1,660$  and a significance of  $0,003 < 0,05$ , then the results of the hypothesis  $H_a$  are accepted and  $H_o$  is rejected, meaning that the price (X1) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) in the Hexohm Vape Community Bengkulu. The results of the brand image test (X2) show  $t_{count} 0.688 < t_{table} 1,660$  and significance  $0.493 > 0.05$ , then the results of the hypothesis  $H_a$  are rejected and  $H_o$  is accepted, meaning that brand image (X2) has no effect on purchasing decisions (Y) in the Hexohm Vape Community Bengkulu. The results of the product quality test (X3) show  $t_{count} 5.742 > t_{table} 1,660$  and significance  $0.000 < 0.05$ , then the results of the hypothesis  $H_a$  are accepted and  $H_o$  is rejected, meaning product quality (X3) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) in the Vape Community Hexohm Bengkulu. The result of the Fcount value is greater than the Ftable value, which is  $12.807 > 2.70$ , so it is concluded that Accepting the Hypothesis, meaning that there is a simultaneous influence between price (X1), brand image (X2) and product quality (X3) on the purchasing decision variable (Y). This can be seen at the significance level of  $0.000 < 0.05$ .

Keywords: Purchase decision, price, brand image, product quality

1. Student
2. Supervisor

# **PENGARUH HARGA, *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOMUNITAS VAPE HEXOHM BENGKULU**

Oleh

Hafiz Agung Rasuma<sup>1</sup>  
Ida Ayu Made E.G<sup>2</sup> dan M.Rahman Febliansa<sup>3</sup>

## **RINGKASAN**

Perkembangan teknologi semakin maju, belakangan ini kita tahu bahwa rokok elektrik sudah mulai diminati oleh masyarakat terutama pada perkembangan gaya hidup dikalangan pria, tidak terkecuali bagi Komunitas Vape Hexohm Bengkulu.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada komunitas vape hexohm Bengkulu. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode kuesioner. sampel penelitian ini sebanyak 100 orang responden pada komunitas vape hexohm Bengkulu.

Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa  $Y = 21,251 + 0,672 (X_1) + 0,174 (X_2) + 0,450 (X_3) + 9,735$ , bahwa koefisien regresi bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif atau searah antara harga, *brand image* dan kualitas produk terhadap Komunitas Vape Hexohm Bengkulu. Hasil uji harga ( $X_1$ ) menunjukkan  $t_{hitung} 3,007 > t_{tabel} 1,660$  dan sigfinikasi  $0,003 < 0,05$ , maka hasil dari hipotesa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, berarti harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) di Komunitas Vape Hexohm Bengkulu. Hasil uji *brand image* ( $X_2$ ) menunjukkan  $t_{hitung} 0,688 < t_{tabel} 1,660$  dan sigfinikasi  $0,493 > 0,05$ , maka hasil dari hipotesa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, berarti *brand image* ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) di Komunitas Vape Hexohm Bengkulu. Hasil uji kualitas produk ( $X_3$ ) menunjukkan  $t_{hitung} 5,742 > t_{tabel} 1,660$  dan sigfinikasi  $0,000 < 0,05$ , maka hasil dari hipotesa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, berarti kualitas produk ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) di Komunitas Vape Hexohm Bengkulu. Hasil nilai  $F_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $F_{tabel}$  yaitu  $12,807 > 2,70$  maka disimpulkan bahwa Menerima Hipotesa, artinya ada pengaruh simultan antara harga ( $X_1$ ), *brand image* ( $X_2$ ) dan kualitas produk ( $X_3$ ) terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ). Hal ini terlihat pada tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Kata kunci: Keputusan pembelian, harga, *brand image*, kualitas produk

1. Calon Sarjana Ekonomi (*Manajemen*)
2. Dosen Pembimbing