

## **ABSTRAK**

**Gilvanni Dwi Sultania (02041711119). Pengaruh *Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hand Body Lotion Nivea* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas KhairunTernate).**

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk menguji dan menganalisa pengaruh *citra merek* terhadap keputusan pembelian *hand body lotion Nivea* (2) untuk menguji dan menganalisa pengaruh *harga* terhadap keputusan pembelian *hand body lotion Nivea* (3) untuk menguji dan menganalisa pengaruh *kualitas produk* terhadap keputusan *hand body lotion Nivea*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu Mahasiswa Univesitas Khairun Ternate yang menggunakan Hand Body Lotion Nivea. Metode analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regregi linear berganda, uji hipotesis, dengan bantuan program SPSS 23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Citra Merek* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *keputusan pembelian* (2) *Harga* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) *Kualitas Produk* positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci: *Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian***

## **ABSTRACT**

***Gilvanni Dwi Sultania (02041711119). The Influence of Brand Image, Price and Product Quality on Purchase Decisions of Nivea Hand Body Lotion (Case Study of KhairunTernate University Students).***

*The objectives of this study were: (1) to test and analyze the effect of brand image on purchasing decisions for Nivea hand body lotions (2) to test and analyze the effect of price on purchasing decisions for Nivea hand body lotions (3) to test and analyze the effect of product quality on Nivea hand body lotion decision. The number of samples in this study were 100 respondents, namely students of the Khairun Ternate University who used Nivea Hand Body Lotion. The data analysis method used in this research is validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regresi analysis, hypothesis testing, with the help of SPSS 23.0 program.*

*The results of this study indicate that: (1) Brand image has no positive and significant effect on purchasing decisions (2) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions (3) Product quality is positive and significant towards purchasing decisions.*

***Keywords: Brand Image, Price, Product Quality and Purchase Decision***