

# ***DECISION TO PURCHASE SWEETENED CONDENSED MILK (STUDY ON RESIDENTS OF PONDOK CABE SUB-DISTRICT, SOUTH TANGERANG)***

**By Destri Arinningsih**

## ***Abstract***

*This research is a quantitative study which aims to determine the decision to purchase Indomilk sweetened condensed milk (Study on Residents of Pondok Cabe, South Tangerang). The population in this study were users of Indomilk sweetened condensed milk in the area of Pondok Cabe Sub-District Pamulang District. The sample size was taken as many as 100 respondents, with the method of nonprobability sampling method with the sampling method used and purposive sampling method. Data collection is done through distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique used is the PLS (Partial Least Square) analysis method with SmartPLS 3.2.8 software. the results of this study indicate that prices have a significant and positive influence on purchasing decisions, brand image has a significant and positive influence on purchasing decisions, advertising has a significant and negative influence on product purchase and quality decisions do not have a significant influence and have a positive influence on purchasing decisions . Of the four independent variables consisting of Product Quality, Price, Brand Image, and Advertisements. The biggest contribution is Brand Image.*

*Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, and Advertising.*

# **KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU KENTAL MANIS (STUDI PADA WARGA KELURAHAN PONDOK CABE TANGERANG SELATAN)**

**Oleh Destri Ariningsih**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui Keputusan Pembelian Susu kental manis Indomilk (Studi pada Warga Kelurahan Pondok Cabe Tangerang Selatan). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna susu kental manis Indomilk di wilayah Kelurahan Pondok Cabe Kecamatan Pamulang. Ukuran sampel diambil sebanyak 100 orang responden, dengan metode metode nonprobability sampling dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis PLS (Partial Least *Square*) dengan software SmartPLS 3.2.8. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, Citra Merek memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan Pembelian, Iklan memiliki pengaruh signifikan dan negatif terhadap Keputusan Pembelian dan Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Dari keempat variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, dan Iklan. Yang memberikan kontribusi terbesar adalah Citra Merek.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Iklan dan Keputusan Pembelian.