

# **THE EFFECT OF BRAND IMAGE, LOCATION AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS ON ULEK BULU CLOTHING**

**Resti Khairun Nisa<sup>1</sup>, Irda<sup>2</sup>, Linda Wati<sup>3</sup>,**

<sup>123</sup> **Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University**  
Email : [restikhairunnisa07@gmail.com](mailto:restikhairunnisa07@gmail.com) [irda1987@yahoo.com](mailto:irda1987@yahoo.com) [L1linda@yahoo.co.id](mailto:L1linda@yahoo.co.id)

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of brand image, location and product quality on purchasing decisions on ulek Bulu clothing. The population is all consumers who shop for Ulek Bulu Clothing products in the city of Padang whose numbers are unknown, with a total sample of 80 consumers. The sampling technique uses purposive sampling method. The type of data is primary data through questionnaires. Data analysis method is to use the Partial Least Square (PLS) test.

From the results of the study found that brand image has a positive effect on purchasing decisions, location does not affect purchasing decisions, product quality has a positive effect on purchasing decisions. Furthermore, it is suggested to Ulek Bulu Clothing to improve the brand image of the products offered and the quality of its products by increasing the performance, product diversity, reliability, aesthetic durability and perceived quality so that purchasing decisions can be further improved in the future.

***Keywords: Brand Image, Location, Product Quality, Purchasing Decisions***

# **PENGARUH CITRA MEREK, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ULEK BULU CLOTHING**

**Resti Khairun Nisa<sup>1</sup>, Irda<sup>2</sup>, Linda Wati<sup>3</sup>,**

**<sup>123</sup> Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta**

Email : [restikhairunnisa07@gmail.com](mailto:restikhairunnisa07@gmail.com) [irda1987@yahoo.com](mailto:irda1987@yahoo.com) [L11nda@yahoo.co.id](mailto:L11nda@yahoo.co.id)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada ulek bulu clothing. Populasi adalah semua konsumen yang berbelanja produk *Ulek Bulu Clothing* di kota Padang yang tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, dengan jumlah sampel sebanyak 80 orang konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Jenis data adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data adalah dengan menggunakan uji *Partial Least Square (PLS)*.

Dari hasil penelitian ditemukan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya disarankan pada Ulek Bulu Clothing untuk meningkatkan citra merek produk yang ditawarkan serta kualitas produknya dengan jalan meningkatkan kinerja, keragaman produk, keterandalan, ketahanan estetika dan kualitas yang dipersepsikan agar keputusan pembelian dapat lebih meningkat dimasa yang akan datang.

**Kata Kunci : Citra Merek, Lokasi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian**