**ABSTRAK**

Kualitas produk merupakan suatu nilai yang terkandung pada keberhasilan suatu produk tersebut dalam kegiatan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu terdapat iklan sebagai kegiatan untuk memberitahukan kelebihan- kelebihan yang dimiliki suatu produk. mengembangkan iklan untuk memberitahukan kualitas produk ini penting dilakukan untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap keputusan pembelian kopi luwak hitam, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 300 orang yang didapat dari 30 toko yang ada di Pasar Tradisional Gedebage Bandung masing-masing memiliki 10 pelanggan tetap kopi luwak. Dengan menggunakan metode solvin dengan tingkat kesalahan 10% didapat jumlah sampel adalah 75 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier ganda, korelasi ganda, uji F, uji T dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas, iklan dan keputusan pembelian kopi luwak hitam dapat dikatakan sudah baik. Kualitas produk dan iklan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian kopi luwak hitam sebesar 17,1%. Pengaruh variabel yang kuat adalah kualitas produk dengan koefisien sebesar 10%. Sedangkan variabel iklan koefisiennya sebesar 7,1%, dan sisanya adalah variabel lain . Pengujian hipotesis menunjukan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial.

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

ABSTRACT

*The product quality is a value that is contained on the success of a product in activities to meet the needs of consumers. In addition there is an ad as an activity to notify the strengths possessed of a product. develop advertising to inform the product quality is important in order to influence purchasing decisions.*

*This study aims to determine how much influence the quality of products and advertising on purchasing decisions civet coffee black, either partially or simultaneously. The method used is descriptive and verification. Total population in this study were 300 people acquired 30 stores in Traditional Markets Gedebage Bandung each have 10 regulars civet coffee. By using solvin with an error rate of 10% obtained the sample size was 75 respondents. Data collection techniques used were observation, interviews and distributing questionnaires. The analytical method used is multiple linear regression, correlation double, F test, T test and coefficient of determination.*

*The results showed that the quality, advertising and purchasing decisions civet coffee black can be said is good. Product quality and advertising has a strong influence on purchasing decisions civet coffee black of 17,1%. Variable influence is a quality product with a coefficient of 10%. While variable coefficients ads by 7,1%, and the rest are other variables. Hypothesis testing showed that there are significant product quality and advertising on purchasing decisions either simultaneously or partially.*

*Keywords: Product Quality, Advertising and Purchase Decision*