

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara kualitas produk dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian melalui citra merek air minum dalam kemasan PT PAS Cikubang Padalarang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan air minum dalam kemasan PT PAS Cikubang Padalarang. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 98 responden dengan menggunakan *Simple Random Sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan dokumentasi. Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis jalur (*path*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk dan *personal selling* terhadap citra merek dan dampaknya pada keputusan pembelian air minum dalam kemasan baik secara simultan ataupun parsial. Simpulan dari penelitian ini adalah semakin tinggi kualitas produk dan *personal selling* maka citra merek dan keputusan pembelian akan meningkat. Selain itu, pengaruh langsung antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 24,3% lebih besar daripada pengaruh tidak langsung sebesar 4,0%. Pengaruh langsung *personal selling* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 30,3% lebih besar daripada pengaruh tidak langsung sebesar 10,2%. Dapat disimpulkan bahwa citra merek memiliki peranan kecil sebagai variabel intervening.

Kata kunci : Kualitas Produk, *Personal Selling*, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian