

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui fenomena dan mendapatkan bukti empiris, juga kesimpulan mengenai pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap citra merek dan dampaknya terhadap keputusan pembelian merek Frestea (survei pada mahasiswa/i program studi manajemen FEB UNPAS Bandung). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, teknik sampling yang digunakan adalah sampling *non-probability*. Penelitian ini melakukan survei terhadap 93 orang responden. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis jalur. Hasil pada penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas produk merek Frestea berada pada kategori tidak baik, promosi yang dilakukan perusahaan Frestea berada pada kategori baik, citra merek Frestea berada pada kategori baik, keputusan pembelian konsumen pada merek Frestea berada pada kategori baik, dan pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap citra merek dan dampaknya terhadap keputusan pembelian merek Frestea sebesar 57,6%.

Kata Kunci: Kualitas produk, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study is to know the phenomenon and empirical evidence, as well as conclusions about the effect of product quality and promotion of the purchase decision of the brand Frestea (study on student management program FEB UNPAS Bandung). This research uses descriptive and verification method, the sampling technique used is non-probability sampling. This study conducted a survey of 93 respondents. Method of data analysis in this research. The result of this research is Frestea brand product is in bad category, promotion by Frestea company is in good category, Frestea brand image is in good category, consumer purchase decision on Frestea brand is in good category, and influence of product quality and promotion to brand image and its impact on Frestea brand purchase decision of 57.6%.

Keywords: Product quality, Promotion, Brand Image, Purchase Decision