

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian pada produk gula semut aren Sewu secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 132 responden. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian. Secara simultan sebesar 74,5% dan sisanya 25,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh citra merek dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian sebesar 28,93 dan 45,57.

Kata kunci : Citra Merek dan Pengetahuan Produk, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image and product knowledge on purchasing decisions on Sewu palm sugar products partially or simultaneously. The research method used is descriptive and verification method with a total sample of 132 respondents. Testing the research instrument using validity and reliability tests. Data collection techniques used were observation, interviews, and distributing questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing. The results showed that there was a positive and significant influence between brand image and product knowledge on purchasing decisions. Simultaneously, 74.5% and the remaining 25.5% were influenced by other variables not studied. Partially, the influence of brand image and product knowledge on purchasing decisions is 28.93 % and 45.57%.

Keywords: Brand Image and Product Knowledge, and Purchase Decision