

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari ditemukannya permasalahan pada rendahnya keputusan pembelian, masalah dalam penelitian ini adalah rendahnya keputusan pembelian yang disebabkan oleh rendahnya kualitas produk dan citra merek.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian, baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel yaitu 85 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi lapangan dan kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Kualitas produk dan citra merek memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 65%, pengaruh variabel yang dominan adalah kualitas produk sebesar 49,4%, sedangkan citra merek sebesar 15,5%.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research begins with the discovery of problems in the purchase decision, the problem in this study is the low purchase decision caused by product quality and the low quality of brand image.

The purpose of this study was to find out how the influence of product quality and brand image to the purchase decision, either simultaneously or partially. The research method used is descriptive and verifikatif with the number of samples that is 85 respondents. Data collection techniques used is a study field and library. Methods of data analysis used is multiple regression analysis, multiple correlation analysis, and coefficient of determination analysis.

The results of this study showed the influence of product quality and brand image to the purchase decision positively and significantly. Product quality and brand image give effect on purchase decision equal to 65%, influence of the dominant independent variable is product quality equal of 49,4%, brand image equal to 15,5%.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Purchase Decision