**ABSTRAK**

Hadir di Indonesia tahun 1989, Ciptadent tidak melupakan akarnya sebagai produk perawatan gigi yang dicintai banyak keluarga di Jepang, dan di Indonesia Ciptadent siap menjadi favorit para keluarga dengan terus melakukan inovasi-inovasi terbaik. Ciptadent telah menemukan empat inovasi dalam bahan pasta giginya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan iklan media televisi terhadap citra merek dan dampaknya pada keputusan pembelian pada Masyarakat di Komp. MukodarIII, Kebon Kopi. Metode penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan metode verifikatif. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 90 orang masyarakat di Komp. MukodarIII, Kebon Kopi. Metode pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner, wawancara dan observasi.

Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas produk dan iklan media televisi berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek secara simultan maupun parsial. Pengaruh kualitas produk dan iklan media televisi yaitu sebesar 53,5%. Kualitas produk dan iklan media televisi mempengaruhi keputusan pembelian melalui citra merek secara signifikan 60,9%.. Pengaruh langsung yang memberikan kontribusi paling banyak yakni variabel kualitas produk dengan pengaruh sebesar 27,4%, sedangkan iklan media televisi memberikan pengaruh langsung sebesar 19,5% Pengaruh tidak langsung yang memberikan kontribusi paling banyak yakni variabel kualitas produk dengan pengaruh sebesar 18,5% sedangkan variabel iklan media televisi hanya sebesar 13,9%.

Kata kunci: Kualitas produk, Iklan media televisi, Citra merek, Keputusan Pembelian