

ABSTRAKSI

Judul : Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli konsumen TOP White Koffie.
Nama : Dimas Satrio
Program Studi : Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada produk TOP White Koffie Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah metode *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Responden penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk TOP White Koffie di wilayah Pesanggrahan, Jakarta Selatan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Analisis Jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. Variabel Cita Merek secara langsung mempunyai pengaruh lebih besar terhadap Kualitas produk dibandingkan pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Title : *Analysis of the influence of brand image and product quality toward the purchasing decision through the buying interest on TOP White Koffie.*

Name : *Dimas Satrio*

Study Program : *Manajemen*

This study aims to determine the effect of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions through Purchase Interest on TOP White Koffie products. The research method used in sampling is the Purposive Sampling method with a total sample of 150 respondents. The respondents of this study were the people who had bought and consumed TOP White Koffie's products in the Pesanggrahan area, South Jakarta. Data analysis techniques used in this study were Validity Test, Reliability Test, and Path Analysis.

The results showed that Brand Image and Product Quality had a positive and significant effect on Purchase Interest and Purchasing Decisions. Variable Brand Name directly has a greater influence on product quality than the indirect effect of product quality on purchasing decisions through buying interest.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Buying Interest, Purchasing Decisions.*