

ABSTRAK

FEBRUANA WIDIANINGSIH. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Sariayu: Studi Kasus Pada Konsumen Mahasiswi di Universitas Esa Unggul. (Dibimbing oleh Endang Ruswanti)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Sariayu: Studi Kasus Pada Konsumen Mahasiswi di Universitas Esa Unggul. Variabel independen yang diteliti adalah citra merek dan kualitas produk, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen mahasiswi di universitas esa unggul yang sudah pernah membeli dan menggunakan produk Bedak Sariayu yang di temui di Universitas Esa Unggul yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel penelitian ini adalah 150 responden dengan metode hair et al. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Faktor yang paling dominan dari ketiga variable bebas tersebut adalah variabel kualitas produk.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRAK

FEBRUANA WIDIANINGSIH. The Influence of Brand Image and Product Quality to Purchase Decision of Sariayu Powder: A Case Study on Student Consumer at Esa Unggul University. (Guided by Endang Ruswanti)

This study aims to determine the Influence of Brand Image and Product Quality Against Purchase Decision Sariayu Powder: A Case Study on Student Consumers at Esa Unggul University. Independent variables studied are brand image and product quality, while the dependent variable is the purchase decision. The population of this study is the student consumers in the university superior who have ever bought and use products Sariayu Powder in meet at Esa Unggul University. The sample of this research is 150 respondents with hair et al method. Sampling method used in this research is purposive sampling technique. Data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis.

The results show the brand image has a positive effect on purchasing decisions, and product quality. In addition, this research indicates the presence of brand image and product quality simultaneously have a positive effect on purchasing decision. The most dominant factor of the three independent variables is the variable of product quality.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision.