

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Coca Cola

Nama : Laraswati Sonia Lakburlawal

Program Studi : S-1 Manajemen

Pembimbing : Prof. Dr. Benny Gunawan M. Sc

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian di wilayah Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan kepada seluruh pembeli yang belum memutuskan dan yang sudah memutuskan pembelian produk minuman Coca Cola dengan jumlah responden 100. Responden penelitian ditentukan menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala *Interval 5* poin untuk mengukur 30 pernyataan. teknik analisi data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan keputusan pembelian sebagai variabel dependen, kualitas produk, iklan, citra merek dan keputusan pembelian sebagai variabel independen. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, iklan, citra merek dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Title : *Effect of Product Quality, Advertising and Brand Image on Purchasing Decisions on Coca Cola Beverage Products*

Name : Laraswati Sonia Lakburlawal

Study program : *S-1 Management*

Preceptor : Benny Gunawan

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, advertising and brand image on purchasing decisions in the West Jakarta area. This research was conducted to all buyers who have not yet decided and who have decided to purchase Coca Cola beverage products with 100 respondents. The research respondents were determined using accidental sampling technique. Data collection was carried out by distributing questionnaires using a 5 point interval scale to measure 30 statements. Data analysis techniques use multiple linear regression analysis with purchasing decisions as the dependent variable, product quality, advertising, brand image and purchasing decisions as independent variables. The results of this study prove that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *product quality, advertising, brand image and purchasing decisions*