

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *LIP CREAM* Y.O.U DI SINGARAJA**

Oleh

Nengah Sriantari, NIIM 1817041024

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari citra merek dan kualitas produk secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian *Lip Cream* Y.O.U di Singaraja. Rancangan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif kausal. Penentuan sampel dengan *purposive sampling* sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan dengan kuesioner serta dianalisis dengan analisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata-kata kunci: citra merek, keputusan pembelian, kualitas produk.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of brand image and product quality simultaneously and partially on the purchasing decision of Y.O.U Lip Cream in Singaraja. The research design used is causal quantitative. Determination of the sample by purposive sampling as many as 100 respondents. Data were collected by questionnaire and analyzed by analysis with multiple linear regression analysis. The results showed that: (1) Brand image and product quality simultaneously had a significant effect on purchasing decisions. (2) Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, purchase decision, product quality.