

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG
(STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI KOTA SINGARAJA)**

Oleh :

Putu Wika Widya Putri, NIM 1817041161

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang bersifat kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 90 responden. Subjek penelitian ini adalah penduduk generasi Z di Kota Singaraja dan objek penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Data dikumpulkan dengan kuesioner dan pencatatan dokumen. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada generasi Z di Kota Singaraja.

Kata kunci : citra merek, keputusan pembelian, kualitas produk

Abstract

This study was proposed to investigate the effect of product quality and brand image on purchase decisions. This study was using quantitative design which had causal characteristic. The sampling method used purposive sampling, and the sample used was 90 respondents. In this research, the subjects came from generation Z in Singaraja which used Samsung smartphone, the objects of the research were product quality, brand image, and purchase decisions. Questionnaire and document recording were used to gather the data and then analyzed through multiple linear regression analysis. The results portrayed that (1) product quality has a positive and significant influence toward purchase decisions, (2) brand image has a positive and significant influence toward purchase decisions, (3) product quality and brand image has a significant influence toward purchase decisions Samsung smartphone on generation Z in Singaraja.

Keywords : brand image, purchase decisions, product quality