

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT. PRUDENTIAL *LIFE ASSURANCE*
(Studi Kasus Pada KPM Sahadewa Agency Denpasar)**

**Oleh
I Gst. Agung Kt. Vira Adinia Maharani, NIM. 1817041273
Jurusan Manajemen**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *brand image* dan kualitas produk baik secara simultan maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian pada KPM Sahadewa *Agency* Denpasar. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 100 responden, teknik sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *brand image* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *brand image*, keputusan pembelian, kualitas produk



PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA

PT. PRUDENTIAL *LIFE ASSURANCE*

(Studi Kasus Pada KPM Sahadewa Agency Denpasar)

By

I Gst. Agung Kt. Vira Adinia Maharani, NIM. 1817041273

Management Major

Abstract

This study aims to examine the effect of brand image and product quality either simultaneously or partially on purchasing decisions at KPM Sahadewa Agency Denpasar. The number of samples in this study were 100 respondents, the sample technique used was purposive sampling technique. The data collection method used is a questionnaire. The data analysis technique in this research is quantitative using multiple linear regression analysis. The results show that (1) brand image and product quality have a positive and 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, product quality, purchasing decisions

