

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU  
XL AXIATA PADA MAHASISWA JURUSAN  
MANAJEMEN UNDIKSHA**

**Oleh**

**Komang Suwarsana, NIM 1817041275**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kartu XL pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Undiksha baik secara simultan dan parsial. Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Manajemen Undiksha dan objek dalam penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sejumlah 100 responden. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini adalah: (1) kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of product quality and brand image on purchasing decisions of XL cards in Undiksha Management Department students both simultaneously and partially. The subjects in this study were Undiksha Management Department students and the objects in this study were product quality, brand image and purchasing decisions. The research design used is quantitative research. The population used in this study were 100 respondents. The instrument used in this research is a questionnaire and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study are: (1) product quality and brand image have a significant effect on purchasing decisions. (2) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) Brand image has a positive and significant impact on purchasing decisions.*

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