

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN DALAM KEMASAN TEH
BOTOL SOSRO**

Oleh

I Ketut Sucipta, NIM 1817041083

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian memiliki tujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman dalam kemasan Teh Botol Sosro. Subjek dalam kajian ini ialah mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha serta objek dalam pengkajian ini ialah kualitas produk, citra merek serta keputusan pembelian. Rancangan kajian yang dipakai ialah penelitian kuantitatif kausal. Sampel yang dipergunakan dalam pengkajian ini sejumlah 140 jawaban. Instrumen penelitian ini ialah kuesioner/angket dan analisis regresi linear berganda dipergunakan untuk menganalisa datanya. Hasil kajian ini, sebagai berikut: (1) keputusan pembelian signifikan dan positif dipengaruhi oleh kualitas produk serta citra merek secara bersamaan. (2) Keputusan pembelian signifikan serta positif dipengaruhi oleh kualitas produk secara parsial. (3) Keputusan pembelian signifikan dan positif dipengaruhi oleh citra merek secara parsial.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian

ABSTRACT

The aim of this study was to examine the effect of product quality and brand image on purchasing decisions of beverages in Teh Botol Sosro packaging. The subjects in this study were students majoring in Management at Ganesha Education University and the objects in this study were product quality, brand image and purchasing decisions. The study design used is causal quantitative research. The sample used in this study amounted to 140 answers. The research instrument is a questionnaire and multiple linear regression analysis is used to analyze the data. The results of this study are as follows: (1) purchasing decisions are significantly and positively influenced by product quality and brand image simultaneously. (2) Purchase decisions are significantly and positively influenced by product quality partially. (3) Purchase decisions are significantly and positively influenced by brand image partially.

Keyword: product quality, brand image, purchasing decision