

**PENGARUH MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MARINA *HAND AND BODY LOTION*
DI KECAMATAN BULELENG**

Oleh

Ni Komang Triandika Padmadewi, NIM 1917041030

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Marina *Hand and Body Lotion*, (2) merek terhadap keputusan pembelian Marina *Hand and Body Lotion*, dan (3) kualitas produk terhadap keputusan pembelian Marina *Hand and Body Lotion*. Subjek dari penelitian ini adalah konsumen pengguna dan pernah membeli Marina *Hand and Body Lotion* sedangkan objek dari penelitian ini ialah merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Pada penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif kausal. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan data dianalisis dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: keputusan pembelian, kualitas produk, merek

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of (1) brand and product quality on purchasing decisions of Marina Hand and Body Lotion, (2) brand on purchasing decisions of Marina Hand and Body Lotion, and (3) product quality on purchasing decisions of Marina Hand and Body Lotion. The subjects of this research are consumers who have purchased Marina Hand and Body Lotion, while the objects of this research are brands, product quality, and purchasing decisions. Using a causal quantitative research design. Data collection techniques using questionnaires and using data analysis multiple linear regression analysis. The results showed that (1) brand and product quality had a significant effect on purchasing decisions, (2) brands had a positive and significant effect on purchasing decisions, and (3) product quality had an effect on purchasing decisions.

Keywords: brand, product quality, purchase decision